

EL TRABAJO EN LAS CALLES: TERRITORIALIZACIÓN, CONTROL Y
POLÍTICA EN EL CENTRO DE MEDELLÍN
A COMIENZOS DEL SIGLO XXI

MELQUICEDED BLANDÓN MENA

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE ENFERMERÍA
MEDELLÍN
2011

EL TRABAJO EN LAS CALLES: TERRITORIALIZACIÓN, CONTROL Y
POLÍTICA EN EL CENTRO DE MEDELLÍN
A COMIENZOS DEL SIGLO XXI

MELQUICEDED BLANDÓN MENA

Investigación para optar al título de Magister en Salud Colectiva

Asesora
María Victoria López
Socióloga, Magister en Medicina Social

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE ENFERMERÍA
MEDELLÍN
2011

CONTENIDO

	Pág.
1. NOTAS INTRODUCTORIAS PARA EL ESTUDIO DEL TRABAJO CALLEJERO: CONFLICTOS Y ALIANZAS POR EL TERRITORIO	4
2. MEMORIA METODOLÓGICA	33
3. LA TERRITORIALIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO: ENTRE LA PRODUCCIÓN SOCIAL DEL TERRITORIO Y EL COMERCIO CALLEJERO.	65
4. EL COMERCIO CALLEJERO: PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE TERRITORIOS Y MERCANCIAS.	82
5. TRABAJADORES CALLEJEROS: ENTRE LA ACCIÓN COLECTIVA Y LA ASOCIACIÓN POLÍTICA	106
6. PROYECTO URBANO Y TRABAJO EN LAS CALLES: ENTRE EL CONTROL Y LA NEGOCIACIÓN	116
7. LECCIONES APRENDIDAS	134
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	140

1. NOTAS INTRODUCTORIAS PARA EL ESTUDIO DEL TRABAJO CALLEJERO: CONFLICTOS Y ALIANZAS POR EL TERRITORIO

La territorialización de espacios públicos que hacen los trabajadores[♦] y/o vendedores de diversos productos en las calles o vías públicas se nos aparece como uno de los rasgos nodales que caracteriza la vida social de los centros de las ciudades latinoamericanas. Esta práctica social que se desarrolla e inicia su generalización desde la década del sesenta del siglo XX, “forma parte de las llamadas actividades informales de la economía y en el contexto latinoamericano, tiene un papel muy importante en el conjunto de las actividades económicas y sociales, pues absorbe una gran parte de los trabajadores urbanos (...)”⁽¹⁾, excluidos del mercado formal y regulado de la mano de obra asalariada.

El rasgo nodal también es marcado por los cambios que genera en el consumo y en los sujetos consumidores la crisis de los Estados Nacionales, la crisis de las representaciones políticas asociadas a lo nacional y el auge de la economía transnacional que ha encadenado la economía desde lo local para la producción de mercancías a grandes volúmenes. Por tanto, los inventarios de grandes volúmenes de

[♦] El presente estudio se separa de las categorías de trabajadores informales, comerciantes informales o vendedores informales, en cambio se propone y adopta la acepción de *trabajadores y/o vendedores callejeros*. Más adelante en la caracterización de los sujetos de esta historia nos referiremos ampliamente a esta decisión conceptual – metodológica.

mercancías configuran mercados con mercancías globalizadas que van a parar a los grandes centros comerciales, y a las calles para el intercambio en mercados minoristas de microescala, alterando y transformando la vida social en la mayoría de ciudades del mundo.

En ese contexto, el sujeto, ciudadano para otros, ve alterada su vida pública y ciudadana, la cual ahora se define más en el consumo que en declaratorias generales de derecho, según García-Canclini, antes la ciudadanía “estuvo asociada a la capacidad de apropiarse de los bienes y a los modos de usarlos, pero se suponía que esas diferencias estaban niveladas por la igualdad en derechos abstractos que se concretaban al votar, al sentirse representado por un partido político o un sindicato. Junto con la descomposición de la política y el descreimiento en sus instituciones, otros modos de participación ganan fuerza. Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos - a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses - se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos”⁽²⁾. Por tanto, el consumo de mercancías globalizadas aparece como una práctica de encuentro y definición de identidades para ser y estar en lo público. Pero ¿qué pasa con los mercados que se instalan en la vía pública para vender sus productos y satisfacer las demandas crecientes de consumidores globalizados?

En este momento se complejiza el escenario, el fenómeno de las ventas callejeras implica una lucha política entre el Estado, los comerciantes

legalmente⁽³⁾ constituidos[♦], los grupos de vigilancia privada y entre los propios vendedores por el control de los espacios, por la defensa de las mercancías, por la promoción de un ideal estético, por la definición del uso de los espacios públicos, por la sobrevivencia o subsistencia de sujetos marginados socialmente, por la acumulación del capital comercial, por el negocio en el control del territorio, por el control geopolítico del territorio, en últimas, por la producción social del espacio para distintos proyectos históricos.

Estas problemáticas han tomado mucha fuerza en los albores del siglo XXI, donde instancias políticas, sociales y académicas mantienen la preocupación y el debate por los problemas de la ciudad, la organización social del espacio, lo urbano, los usos del territorio, las formas de apropiación del espacio público y las relaciones políticas o geopolíticas en escenarios locales. También se presenta la configuración de sujetos, la emergencia de individuos - ciudadanos reconfigurados por la

♦ Según el artículo 10 del Código de Comercio Colombiano, "son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona". Comerciantes es pues, aquella Persona natural o Persona jurídica que voluntariamente, y de forma regular y profesionalmente, desarrolla un acto jurídico considerado como mercantil por la ley. Por tanto, los comerciantes legalmente constituidos son aquellos que cumplen con la estricta y compleja red de normas estatales: cumplimiento de leyes laborales en contratación de personal, derechos de autor, reglas de funcionamiento comercial, pago y cobro de impuestos, obligados a llevar contabilidad, a inscribirse en el Registro Mercantil, a registrar los libros de contabilidad o libros de comercio, a conservar los documentos y soportes relacionados con su actividad, a pagar servicios públicos domiciliarios, a presentar informes a entidades de control del Estado como las superintendencias, entre otras responsabilidades.

soberanía del mercado y el consumo a gran escala, la generalización de la informalidad como práctica de sobrevivencia por unos, control social y acumulación de capital para otros, y la reconfiguración de los centros urbanos locales, nacionales y globales como proyecto del capital en la contemporaneidad. Es decir, cientos de preguntas que entraña la ciudad como espacio que refleja la complejidad de las relaciones sociales.

Para el caso de Medellín, ciudad contexto del presente estudio, es importante reconocer cómo crecen y se cualifican las pugnas por la disposición, ocupación y usos del espacio público del centro de la ciudad, máxime cuando Medellín atraviesa por un proceso de revitalización urbana, es decir, ha entrado en la tendencia global de convertir los centros urbanos, según Bob Jessop, en ciudades empresariales⁽⁴⁾, al abrir la ciudad al mercado turístico y cultural, la ciudad como un gran clúster de servicios.

La ciudad pasa por un momento de reconversión urbana, que se concreta en un modelo que tiene dos (2) facetas; la primera, consistente en la construcción de grandes equipamientos urbanos en espacios céntricos como en las diferentes comunas de la ciudad; la segunda faceta, se nos aparece en la revitalización de zonas deprimidas y equipamientos históricos de ciudad que son considerados como patrimonio histórico, y parte del mobiliario turístico y de servicios de la ciudad.

Hoy, a pesar que la ciudad cuenta con una estructura comercial amplia compuesta de pequeños centros y pasajes comerciales, también se construyen grandes plataformas comerciales y turísticas que se

asemejan a los “Malls o shopping centers” de las ciudades norteamericanas. Cientos de locales en el centro de Medellín son abiertos por cadenas nacionales y transnacionales de productos textiles, bisuterías, comidas rápidas, calzado entre otros productos disponibles en el mercado global.

Pero, no sólo aparecen estas dinámicas de la economía “formal”, la trama comercial del centro de Medellín se encuentra atravesada por el trabajo y el comercio en las calles, prácticas que se dan a través del intercambio, abastecimiento y prestación de servicios básicos en el espacio público, configurando economías desreguladas, “informales” o por fuera de las disposiciones estatales.

De otra parte, hay que reconocer las dinámicas que construyen los sujetos en el espacio urbano, donde los habitantes de Medellín, construyen diversidad de prácticas y formas de habitar el espacio público que asumen características subvertoras o afines con el proyecto de ciudad que promulga el Estado y controla la administración municipal. Es decir, la producción social del espacio para su control, subversión o uso instrumental es un asunto que “los habitantes de la ciudad, de manera permanente recrean, resignifican, mezclan y dotan de significado los espacios con prácticas cotidianas particulares; en una trama de flujos híbridos y yuxtapuestos, que se identifican en la interacción de elementos y gestos técnicos importados y propios. Se expresa así una gama de tensiones, movimientos y sentidos en los que se entrevén los procesos de adaptación a la ciudad urbanizada”⁽⁵⁾.

El proyecto de ciudad gestionado y defendido por la administración municipal y el empresariado financiero, comercial, turístico y constructor con presencia inversionista y política en Medellín, se caracteriza por promover una concepción instrumental, segregacionista y excluyente para la ciudad⁽⁶⁾, en tanto, proyectan y pugnan por construir una ciudad comercial como un gran centro de negocios internacionales, abierta al consumo cultural, que se vende como un paquete integral donde habitantes, turistas y empresarios puedan encontrar motivos para llegar, estar y volver atraídos por el portafolio de actividades culturales, movimientos empresariales y comerciales. Una ciudad eficaz, eficiente, embellecida, con los mejores servicios públicos y estéticamente cómoda y agradable para el turista. Sin embargo, aunque intente hegemonizarse dicha tendencia, los diversos habitantes excluidos y quienes se excluyen en franca resistencia, construyen otras prácticas para incluirse desde lo informal, para construir ciudades alternas a la ciudad formal.

El tipo de procesos que se construyen entre los habitantes y la ciudad nada tiene que ver con opciones voluntaristas, aunque los diferentes colectivos construyen identidades, representaciones y discursos que legitimen su presencia en la vida social, “la racionalidad de las relaciones sociales, se construye bajo una lucha por los medios de producción y por la satisfacción de necesidades materiales y, pocas veces, apropiándose de los medios de distinción simbólica como los rituales y las creencias”⁽⁵⁾.

Para el estudio de las prácticas subvertoras y tramas de existencia que se construyen en las calles del centro de Medellín, es necesario reconocer como sus espacios públicos se caracterizan por la proliferación

de redes e intercambios económicos en la vía pública, la Medellín informal se refleja en el comercio que configuran los trabajadores y/o vendedores en los espacios públicos del centro de la ciudad. Por tanto, aunque constitucionalmente y desde una visión liberal y democrática es necesario garantizar espacios para el goce y libre tránsito de seres humanos, las lógicas de sentido que construyen algunos habitantes del centro de la ciudad difieren de esta perspectiva, en tanto, los espacios públicos del centro de Medellín, son territorios marcados por el trabajo y el comercio en las calles o vías públicas, las redes de control social y otras formas de acción colectiva. Por consiguiente, se presenta un conflicto entre la disposición estatal para el uso y ocupación del espacio público y las diversas prácticas subvertoras que le dan sentido a los colectivos que producen y habitan cada territorio.

De otro lado, la lectura de los segmentos territoriales generalmente reconocidos como centros urbanos o centros de la ciudad permite establecer las características y relaciones que se tejen en el espacio público de cada ciudad, aunque sin ánimo de generalizar ni de reducir la realidad, los centros de las ciudades son espacios privilegiados para el análisis del espacio público, los centros urbanos "son los lugares polisémicos por excelencia: atractivos para el exterior, integradores para el interior, multifuncionales y simbólicos. Son la "diferencia" más relevante de cada ciudad, la parte de la misma que puede proporcionar más "sentido" a la vida urbana, excepto cuando se especializan y se homogeneizan hasta que todos se parecen. O se deterioran y se convierten en áreas marginales (...)"⁽⁷⁾.

Las centralidades de las ciudades son escenarios de convergencia económica, social y política, es el espacio que la historia resiste y reviste de sentido, frente a la descentración, especialización, tematización y multiplicidad de equipamientos urbanos que construye el capital en las ciudades - empresas de la globalización. Por tanto, una lectura de las relaciones sociales y las condiciones de reproducción social en el centro de Medellín, encuentra como eje articulador al trabajo y las ventas en espacios públicos que ejercen niños, niñas, jóvenes, adultos, ancianos en la búsqueda de su sobrevivencia, en la acumulación de capital o en el control social de territorios de ciudad estratégicos.

Las ventas en la vía pública adoptan diversas estrategias que pasan por la territorialización de espacios públicos para configurar sus mercados y territorios de anclaje, pero también en la construcción de identidades, sentidos y relaciones con otros habitantes. Es un proceso que no sólo abarca las prácticas de sobrevivencia, sino la configuración permanente de territorios en los espacios públicos dispuestos en la actualidad para los fines de un proyecto de ciudad que segrega y excluye la miseria urbana y lo descodificado socialmente.

El trabajo en las calles ha sido asumido por las administraciones municipales como un problema recurrente de la ciudad. Este hecho histórico - social se caracteriza por las siguientes circunstancias contradictorias que se generan: 1) la población que ha sido excluida estructuralmente del empleo formal o se encuentra desempleada temporalmente, y busca resguardo en las ventas callejeras; 2) el uso del espacio público para el libre goce y tránsito del transeúnte que promulga el Estado, y 3) el comercio formal que ve afectado sus

ingresos por la competencia que le impone las ventas callejeras a través del mercado minorista que establece.

En este escenario de contradicciones frente al uso del espacio público, se presenta un conflicto entre la necesidad de proteger el espacio público por parte del Estado y el derecho al trabajo de los vendedores apropiados de algún territorio, práctica asumida por el Estado como “invasión del espacio público”, donde generalmente se argumenta que la ciudadanía siente afectado su derecho al disfrute del espacio público, y el comerciante formal (sujeto de capitaciones), percibe como competencia desleal a los vendedores en las calles, que no pagan impuestos ni otros costos asociados a la formalidad.

Pero, ante una realidad marcada por el desempleo estructural, un conflicto socio – político que produce migraciones intraurbanas y del campo a la ciudad y un contexto global que a fuerza impone un proyecto social homogeneizante articulado por el mercado; las ventas callejeras aparecen como una práctica de sobrevivencia y resistencia de sujetos excluidos de la escuela y el mercado laboral, sin soslayar la utilización de prácticas informales de distribución de mercancías por algunas empresas nacionales, trasnacionales y los proyectos de control de la ciudad.

En ese contexto, la ciudad de Medellín es un escenario que obliga a pensar en la territorialización de los espacios públicos, pues estos se configuran como de acceso universal garantizado por el Estado, pero en la dinámica social es apropiado de diversas formas, de acuerdo a las relaciones establecidas entre las diferentes fracciones sociales que

ocupan el territorio. Por consiguiente, los centros de las ciudades son territorios donde se concretan y se exponen el cúmulo de contradicciones, acuerdos, representaciones, prácticas subvertoras, clasificaciones sociales en fin, el tejido socio – histórico que le da vida a la ciudad, el centro es el escenario donde se relacionan los conflictos sociales y los efectos de la situación socio – política que enfrenta una sociedad. Esto sin desconocer la existencia y configuración de otras centralidades urbanas que recobran sentido para cada localidad o comuna.

El centro de la ciudad es un escenario de pugnas por la territorialización de los espacios públicos, por tanto, el estudio y análisis de la territorialización del espacio público en el centro de Medellín y la importancia de esta área urbana en el escenario de las contradicciones y proyectos sociales, llevo a considerar que “la mayor parte de los más de 6.000 habitantes en situación de calle, menores y adultos, viven y deambulan por el centro, así como la mayoría de las cerca de 3.000 personas en situación de prostitución o de explotación sexual infantil. Unos 5.000 venteros informales ocupaban “indebidamente” el espacio público del Centro en 2004. En los 11 bazares, hoy Centros Comerciales Populares, el nivel de ocupación sólo llegaba al 65%. En el Centro de Medellín los índices de muerte violenta por homicidio, aunque bajaron en un 28% en el 2004 con relación al 2003, siguen siendo los más altos en toda la ciudad. La movilidad peatonal y la seguridad vial tienen en el centro uno de los puntos críticos y es innegable que durante años el Centro ha sido una caótica “terminal de transporte” y una de las zonas de la ciudad con mayores problemas medio ambientales⁽⁸⁾.

En síntesis, Medellín es un espacio social atravesado por paradojas de un proyecto urbano que pretende configurarla como ciudad metrópoli – empresarial, centro turístico y comercial, y en el cual se reconocen dinámicas de desarraigo urbano, recepción de población en situación de desplazamiento forzado, desempleo, agudización de la pobreza, violencia urbana, altas tasas de informalidad, entre otras.

Esta investigación centró su atención en los trabajadores en las calles, específicamente aquellos vendedores de mercancías y servicios en espacios públicos, que configuran redes de intercambio comercial y territorial en escalas reducidas o contextos microsociales. Su objetivo es interpretar el proyecto de ciudad que se perfila a partir de la territorialización que hacen los vendedores en los espacios públicos del centro de Medellín: a comienzos del siglo XXI. Pero además de reconocer los territorios apropiados por los vendedores para el establecimiento de sus puestos de trabajo y establecimiento de pequeños mercados callejeros; pretendemos identificar el tipo de prácticas sociales que caracterizan las ventas callejeras en espacios públicos en relación con los agentes estatales, los grupos de control privados, el comercio formal y el consumidor del comercio informal; develar los procesos sociales emprendidos por los vendedores con relación al comercio callejero y descifrar los lineamientos que perfilan las políticas públicas frente a la territorialización del espacio público y en la relación entre los vendedores y el poder político para la permisión, regulación y prohibición de las ventas en la vía pública.

El propósito de fortalecer la discusión en relación con los procesos de territorialización y construcción de prácticas en el espacio público de las

ciudades modernas, muestra la necesidad de alcanzar una interpretación que desde la voz de los sujetos implicados nos aportará mayores conocimientos y propuestas sobre el proyecto de ciudad que se construye a partir de la territorialización del espacio público que hacen los vendedores callejeros en el centro de Medellín.

La investigación abordada desde un enfoque cualitativo, permite la lectura interpretativa de cuatro procesos principales: 1) la territorialización del espacio público; 2) la identificación de las prácticas que se realizan en dichos escenarios; 3) las relaciones y procesos sociales que se establecen en los pequeños mercados informales y 4) los lineamientos que perfilan las políticas públicas frente a la territorialización que se hace del espacio, desde la voz y mirada de los vendedores callejeros del centro de Medellín.

Antes de adentrarnos en toda la trama de sentidos definiremos más concretamente a los sujetos protagonistas de esta historia y el contexto donde adquieren sentido histórico.

Los sujetos de esta historia y su contexto histórico

Inicialmente este estudio como proyecto de tesis de maestría, pretendió estudiar todos los sujetos históricos que habitan los centros de la ciudades, en particular el centro de Medellín, es decir, los comerciantes formales, los vendedores callejeros, los policías, los agentes para la defensa del espacio público, los vigilantes privados, los consumidores del comercio formal e informal y los transeúntes, todos sujetos

relacionados en la compleja y conflictiva trama social del centro de Medellín.

El estudio así, escapaba de mis recursos y del tiempo pertinente para un estudio en el nivel de maestría, además de la profundidad que se busca con estudios cualitativos como el pretendido. Por tanto, el trabajo inicial de campo, la revisión de fuentes de prensa, la construcción del estado del arte, el balance historiográfico y la información secundaria analizada nos permitió reducir nuestras ambiciones y focalizar el objeto de estudio en el trabajo en las calles del centro de Medellín a comienzos del siglo XXI, una lectura de ciudad desde la voz, y a través de los *trabajadores callejeros*[♦]. Al explorar las trayectorias de vida de los vendedores en espacios públicos del centro de Medellín, en su particular conflicto con un proyecto de modernización y reconversión urbana que los segrega y unas políticas de control del espacio que reprime, controla y codifica las ventas en la vía pública, de forma específica asenté la mirada en las pugnas por la territorialización del espacio público, de la vía pública o de las calles.

En ese contexto, las calles, “las vías públicas de un sector de una ciudad tienen sus rasgos particulares atados a las edificaciones que las enmarcan, a la diversidad de la vida social que contienen y a las características culturales de sus habitantes. En este sentido, las calles

[♦] Los sujetos participantes de nuestro estudio son los *trabajadores callejeros*, pero dada la peculiaridad de su práctica en la producción e intercambio de bienes y servicios en la vía pública, también son reconocidos como *vendedores*.

son el escenario de los rituales públicos de la legitimación del poder, de las actividades económicas, de las formas de trabajo de los diferentes sectores sociales, es decir, el escenario de la vida diaria, de la estructura social, de la movilidad urbana”⁽⁹⁾. Las calles son el escenario que da sentido a la vida urbana, es el espacio de encuentro e intercambio social que estructura el hecho urbano. En las calles se relacionan los diversos procesos y proyectos de ciudad, es el espacio de pugna y negociación por el territorio.

Los vendedores en las calles del centro de Medellín, establecen sus territorios en espacios de alta densidad peatonal, cerca a zonas tradicionales o reconvertidas a comerciales por el proyecto de modernización urbana, o también se presenta el caso de vendedores que configuran territorios especiales en la vía pública dada la especificidad o ilegalidad de sus mercancías. El Estado a través de sus planes de organización y carnetización de los vendedores en el espacio público, también configura o redefine territorios para las ventas callejeras.

Las ventas callejeras han sido una actividad presente en las calles y plazas de casi todas las ciudades del mundo capitalista occidental, “que empezó a ser visible en las ciencias sociales, particularmente las económicas, a partir de los años sesenta del siglo veinte. Estos primeros estudios basados en las ideas de la organización Internacional del Trabajo (OIT) trataban del sector informal de la economía que se daba en los llamados países subdesarrollados”⁽¹⁾.

Este tipo de actividad, forma parte de las llamadas actividades informales de la economía y tienen un papel muy importante en el conjunto de las actividades económicas y sociales, pues absorbe una gran parte de los trabajadores urbanos y, además, estos trabajadores, al utilizar espacios públicos para ejercer sus actividades, son responsables de transformaciones territoriales.

Las ventas callejeras se realizan en la vía pública, en espacios reservados por el Estado para algún uso u ocupación, ya sea para el tráfico vehicular, peatonal, etc.; éstos pueden ser calles, andenes, parques, plazas públicas, lugares de espectáculos públicos y en general cualquier espacio destinado, generalmente para el dominio de lo público.

Este tipo de prácticas comerciales informales en espacios públicos, tiene dos formas de entenderse, la primera, como fracción de la economía informal donde se ubica gran parte de la población excluida del mercado regular y formal de trabajo. Los trabajadores y familias que se instalan en las ventas callejeras, lo hacen como práctica de sobrevivencia, reproducción de pequeños capitales y la búsqueda de pequeñas comisiones por ventas de mercancías que entregan los grandes comerciantes que trabajan con mecanismos microsociales de intercambio de productos y capitales.

Esta forma de ventas callejeras relaciona a vendedores y/o trabajadores no calificados, comerciantes intermediarios en la distribución de mercancías hasta llegar al industrial capitalista que produce mercancías a grandes volúmenes. De igual forma, participan aquéllos que ‘‘invierten capital en la compra de los materiales para construir el puesto comercial

y/o adquirir los productos para vender. Además destinan dinero al pago de "cuotas" a "líderes", que habrán de gestionar la tolerancia de las autoridades competentes, lo que posibilitará realizar la actividad en la vía pública"⁽¹⁰⁾.

La segunda, tiene que ver con la desregulación pura. Desregulación que se refiere a la evasión de impuestos y de la red compleja de impuestos y obligaciones estatales que se asumen al formalizar una actividad económica.

Las ventas callejeras corresponden a la expresión de diversos factores sociales como el desempleo, el desplazamiento forzado de lo rural a lo urbano e interurbano, el conflicto socio - político, la desarticulación familiar, la composición de estrategias de mercado por parte de las empresas nacionales y transnacionales, el control del espacio, la acumulación de capital, el beneficio del consumidor etc., sin embargo, desde el punto de vista de la capacidad económica y actividad comercial, hay vendedores que tienen un gran volumen de ventas y, por haber ejercido esa actividad durante años, han logrado constituir patrimonios importantes; pero también hay vendedores que desarrollan una típica economía de subsistencia. La economía informal constituye un hecho económico, social y cultural.

Escapando de la dicotomía entre lo informal y lo formal, las ventas callejeras más que informales "se asemejan a una vieja forma de distribución de mercancías (precapitalista), en donde la motivación principal de quienes se relacionan recíprocamente en la compraventa informal es la del beneficio. Por una parte, se busca obtener ingresos

antes que legalizar su actividad comercial, porque de hacerlo se estaría en franca desventaja en relación con los llamados comerciantes formales establecidos (...)”⁽¹⁰⁾. Por tanto, las ventas en espacios públicos se constituyen en un fenómeno especial de la economía capitalista globalizada, máxime en las sociedades latinoamericanas donde ha operado un desempleo estructural. Estas escapan a cualquier caracterización dentro de lo formal o informal, lo que nos sugiere un enfoque que pueda leer la compleja articulación y redes de relaciones económicas que genera.

El presente estudio se separa de las categorías de trabajadores informales, comerciantes informales o vendedores informales, en cambio se propone y adopta la acepción de *trabajadores y/o vendedores callejeros*. Lo informal y lo formal se corresponde con la forma dual como la modernidad ha encasillado la vida social. Por tanto, para este caso lo informal no nos permite ver, interpretar y comprender la complejidad y diversas lógicas que presentan las ventas en espacios públicos de las ciudades latinoamericanas, las cuales se originan, alternan, abarcan, aparecen, desaparecen, entremezclan y difuminan entre lo informal y lo formal.

Es decir, los agentes y factores económicos (Productores – Distribuidores – Comerciantes – Consumidores) crean permanentemente estrategias de informalidad - formalidad para garantizar, 1) sus tasas de reproducción (obtención de ingresos económicos con base en su trabajo, y/o en la inversión que ha realizado en la apropiación de un territorio, construcción del puesto de trabajo y la compra de mercancías para la venta); 2) un mayor acceso al consumo de bienes y servicios (productos

en menores cantidades, más baratos) y 3) obtención de una ganancia a partir del capital invertido. En últimas, el interés principal de quienes participan en la compraventa callejera es la del beneficio. Para efectos del presente estudio la categoría de *trabajadores y/o vendedores callejeros* asume mayor pertinencia cualitativa, en tanto, nuestro trabajo pretende develar prácticas, relaciones y procesos sociales.

Sin desconocer las arenas escabrosas y lo problemático de definir a los *vendedores callejeros* como *trabajadores*, este estudio considera esta población como una fracción o sector de la clase trabajadora, no obstante, estén insertos en sectores propios de la distribución e intercambio de mercancías, diferentes al sector fabril e industrial donde la tradición ortodoxa académica marxista y la sociología del trabajo clásica ha focalizado sus estudios sobre las relaciones laborales y la producción capitalista.

Por tanto, es necesario tener en cuenta que la relación de capital se ha reconfigurado, hoy predomina el capital trasnacional caracterizado por la circulación universal del capital y las mercancías, por la trasnacionalización de la propiedad privada como su forma elemental, la incesante universalización del capital financiero y los procesos productivos, la liberalización de la circulación e intercambio de mercancías, la desregulación de los mercados financieros, etc., procesos potenciados por los enlaces en la producción global y las comunicaciones que permite la revolución tecnológica de la microelectrónica y la ingeniería satelital.

Se presenta un traslado de las industrias clásicas fordistas – intensivas en el trabajo de las grandes cadenas productivas – hacia las economías condicionadas. Las multinacionales han consolidado una nueva división internacional de la producción – circulación - cambio – consumo de las mercancías, creando procesos interregionales y regiones para la producción y consumo de determinados productos.

La modalidad transnacional del capital hunde su peculiaridad en el predominio de la extracción del trabajo excedente al trabajador intelectual o asalariado del saber, lo cual, no soslaya las modalidades de sobreexplotación propiciadas por las nuevas relaciones de producción instaladas entre fronteras nacionales y en aquellos lugares recónditos de la geografía mundial donde el capital acude para aumentar sus tasas de acumulación; tales son los casos de las maquilas en Latinoamérica, Asia y las neoesclavitudes por todo el globo terráqueo. También “surgen nuevas formas de empleo y de actividades. Estas formas de trabajo inestable y de corta duración se encuentran entre la inactividad y el empleo; y constituyen formas de trabajo precario. Son formas que no están encuadradas en los conceptos tradicionales de trabajo, tales como: las diversas formas de trabajo flexible (legal o ilegal), trabajo a tiempo parcial, trabajo a domicilio, teletrabajo, trabajo en prácticas o aprendizaje de los jóvenes, entre otras (es evidente que todas ellas resultan menos costosas al empresario). Aumentan las actividades como el comercio callejero, el trabajo autónomo y el trabajo informal. Es la llamada, entre otros nombres, economía informal, invisible, paralela o sumergida”⁽¹⁾.

Así, queda claro como las ventas callejeras tienen una importancia central en la distribución e intercambio de productos en la economía capitalista del momento, además de su ocupación económica generalizada. Este tipo de trabajo se encuentra en estrecha relación con el contexto socio – histórico global y con las características de la formación económica colombiana.

En ese contexto, las ventas callejeras se integran a la lectura del capitalismo hoy, y de los sujetos que se relacionan en el trabajo, el intercambio y el consumo de bienes y productos. ¿Acaso no se presenta una práctica de transformación en la territorialización del espacio que hacen los vendedores en la vía pública? ¿Acaso en los territorios de ventas callejeras no se presentan actividades de producción de bienes y servicios? El comercio en la vía pública “muestra fehacientemente como la existencia de formas de producción, distribución y de trabajo, que se expresan a través suyo no son más que fachadas formales que ocultan relaciones sociales (...) de contenido capitalista”⁽¹¹⁾.

A través de las ventas callejeras algunas empresas locales, nacionales y trasnacionales configuran un “Sistema Racional de Distribución Minorista (...) el comercio callejero es una actividad socioeconómica heterogénea, que se mueve en un amplio rango de funciones que van desde la búsqueda de la subsistencia hasta el desarrollo de una actividad altamente lucrativa y bien organizada”⁽¹²⁾. Las características y dinámicas que adquieren los negocios en la vía pública tienen que ver en últimas con la fuente que dispone el capital y el tipo de mercancías que se ofertan y distribuyen, por tanto, el vendedor callejero “no puede ser entendido solamente como un trabajador independiente cuyo único

propósito es la subsistencia, sino como parte de una sofisticada cadena de distribución que opera en el nivel local, nacional y global, con la función de agilizar la rotación de inventarios y abastecer las necesidades de públicos objetivos en el mercado minorista”⁽¹²⁾.

A simple lectura ¿no se denota una subordinación de los vendedores callejeros a las grandes y medianas empresas que han visto en el comercio callejero desregulado una alternativa para el intercambio de sus productos? ¿Acaso esto no denota una forma de las empresas para disminuir y obviar las cargas salariales e impositivas que genera el tener trabajadores para el comercio de sus productos?

Este contexto invita a pensar en los vendedores callejeros como sujetos de una relación económica que no está mediada por el salario, sino de la comisión por ventas, es en últimas un juego de intermediaciones. “un sondeo realizado por la Revista Dinero, entre distribuidores mayoristas del centro de la ciudad, afirma que las ventas ambulantes mueven cada año alrededor de \$ 300.000 millones de pesos y destaca la importancia que tiene la relación entre la economía formal e informal en la configuración de un sistema logístico que permite el flujo de mercancías y dinero de un sector a otro sin que se constituya un vínculo expreso entre los dos. Se refiere a los distribuidores que compran grandes cantidades de mercancías a los fabricantes y luego las comercializan a través de subdistribuciones”⁽¹³⁾. Los vendedores callejeros hacen un trabajo sustancial en la concreción de las economías en este momento histórico, por lo cual, la inexistencia de contratos laborales, de salarios, de jornada laboral, de vacaciones, entre otras garantías, no los reduce a una condición marginal, informal o excluyente, por el contrario lo que

nos muestra es un sector de los trabajadores de la economía local – global que persiste en nuestros tiempos. Por tanto, desde la línea argumentativa seguida hablamos de trabajadores callejeros o vendedores en la vía pública.

Otra característica de los *trabajadores callejeros* es la *Producción social del espacio* ⁽¹⁴⁾ que hacen permanentemente, como una actividad central de su práctica laboral, la territorialización de espacios públicos para la configuración de territorios de venta callejera nos habla de las contradicciones y pugnas entre los diversos sujetos históricos que pretenden el control y poder sobre el espacio. Producir socialmente el espacio devela que aunque el elemento natural determina físicamente el espacio, su dinámica social se concreta en su formación y modelación histórica, la cual se construye a través de intensos procesos políticos. El espacio es un producto político e ideológico, en tanto, los sujetos luchan por marcarlo con sus diferentes prácticas e identidades, además del agudo conflicto por configurar lógicas económicas.

Como escenario de pugna por el poder, el poder que da su territorialización, la producción social del espacio implica una práctica de resistencia social, económica y cultural ante la relación de colonización espacial que requiere imponer el Estado a través de sus dispositivos técnico – racionales y de normalización. Por tanto, ante la representación formal del espacio y contra el régimen de verdad y científico que impone el Estado, los trabajadores callejeros responden con una reapropiación del espacio, a través del bagaje construido en sus memorias colectivas como colectivo de vendedores en la calle, y del establecimiento de otras lógicas de saber – poder.

Así, que el territorio puede ser entendido de un lado, como medio codificado, dotado de sentido, mutante entre la consistencia y la inconsistencia, entre el encierro y la apertura y entre la estabilidad y la fuga (con momentos de consolidación y consistencia, intensidades, grados distintos de estabilidad y temporalidades). Medio o ámbito que puede ser cultural, social, político o espacial ⁽¹⁵⁾. Pero, de otro lado, se concibe como escenario y producto de la ocupación híbrida y diversa por parte de sujetos históricos, en una pugna permanente de saberes, técnicas, formas de producción e intercambio, trabajo, consumo, lucha por la vida, expresión de identidades y formas de gestión y control. En últimas, es un hecho social que concreta las relaciones socio - históricas.

En la territorialidad los sujetos participantes cumplen un papel muy importante porque son ellos quienes establecen las marcas visibles e invisibles, una serie de reglas en su espacio territorial para darse a conocer entre sí, defienden fronteras, límites y poderes que los caracterizan. En esas marcas se consolidan las acciones, apropiaciones, expresiones y defensas de los sujetos que lo habitan y definen la territorialidad. Actúa un control que debe ejercer el poder, pero no aquel poder relacionado únicamente al poder político, social, económico o armado; si no que también puede estar en el ámbito de lo sociocultural en donde se marca lo visible y lo imaginario, así como aquellos espacios donde se expresan las memorias, percepciones, deseos y prevenciones, temores y tensiones que finalmente es lo que construye significados sociales y culturales sobre los mismos. "La construcción del territorio debe entenderse como una construcción social desde el poder, lo cual

implica reconocer que el ejercicio de las territorialidades es un ejercicio de relación de poderes; que el ejercicio de las territorialidades visto desde el poder reconoce unos intereses desde los actores y unas finalidades o propósitos que motivan la intervención y colocación de recursos por parte de los actores”⁽¹⁵⁾.

Los conflictos, poderes y resistencias entran a ser propios de toda construcción territorial, aspecto que tiene como resultado la exclusión o segregación del otro. Por tanto, toda territorialidad es reconocida desde su interior e igualmente desde su exterior, conformada y determinada por las influencias del contexto y las coyunturas sociales, económicas, culturales y políticas.

En el espacio urbano existen muchas formas y mecanismos sociales por medio de los cuales se puede producir y transformar el espacio: localización, ocupación, movilidad, división, jerarquización, entre otros. La concreción de estas formas de marcar el espacio se produce por organizaciones, conglomerados y fracciones de clase social interesados en apropiarse del espacio para prácticas que pasan por la sobrevivencia y el rebusque, el control político - social, la acumulación de capital o la consolidación de un mercado, intenciones que se concretan en pugnas por la estructuración social del espacio urbano necesario para el logro de algún interés histórico.

Existen diversas formas de territorializar el espacio urbano, de acuerdo con el tipo de ocupación y usos que se pretendan generar. El espacio producido y marcado, el territorio, adquiere sentido por el uso, la apropiación, en fin, las relaciones sociales que constituyen los sujetos es

lo que posibilita que un espacio tenga sentido, y que los sujetos desarrollen una adscripción socio territorial y con ello, expresen un modo de habitar la ciudad. "Si bien el espacio urbano al ser polivalente en cuanto a su uso, abre el conflicto socio - espacial entre quienes pretenden apropiárselo para destinarlo a algún uso, no se cierra cuando se ha concretado su destino (comercial, habitacional, servicios, industrial o cualquier mezcla entre estos usos). Así lo sugiere el enfrentamiento entre el comerciante capitalista y el comerciante callejero, en donde el destino del uso espacial que al primero se le reconoce jurídicamente, al segundo se le desconoce o, en situaciones especiales, se le tolera políticamente. Lo cual permite al comercio callejero acceder al mercado de productos para poder establecer relaciones de intercambio con los potenciales compradores"⁽¹⁰⁾.

En este sentido, marcar el espacio con artículos para vender, con el estacionamiento de carros en la acera, con una procesión, con un mitin, con una carretilla para cargar mercancías, con un cartel, con sujetos de consumo, etc., son prácticas que producen y transforman territorios. Es decir, el espacio es una categoría abstracta, pero la territorialización de un espacio genera territorios, a través de la impronta socio - cultural que imponen los sujetos. Por tanto, producir marcas en un espacio a través del tiempo y transformarlo en territorio es el proceso que podemos identificar como territorialización del espacio.

Los trabajadores callejeros tienen en la territorialización una práctica^{♦(16)} de producción social del espacio, producción que demanda una

♦ Concebimos la práctica en su forma general como "todo proceso de transformación de una materia prima dada determinada en un producto

transformación generada por el trabajo social enmarcado en un proyecto de ciudad, en una práctica laboral, en una relación económica y en una forma de soberanía política sobre el territorio. Por tanto, en la producción del espacio se devela otra práctica transformadora de los trabajadores callejeros. Una razón más para profundizar las diferencias con la dualidad entre lo formal – informal y para apegarnos a la definición de la categoría de trabajadores callejeros (en espacios públicos o vía pública).

Hasta aquí queda expuesto el problema de la territorialización del espacio público para el trabajo y el comercio en las calles del centro de Medellín, que se abordará desde una intención por interpretar el proyecto de ciudad que se perfila en la tensión permanente entre el Estado y los trabajadores callejeros. Además, se establece el contexto histórico local y global donde se construye la trama de sentidos de las ventas en la vía pública, se describen los sujetos que hacen esta historia a partir de un recorrido por los preludios metodológicos y los prolegómenos conceptuales del estudio.

Este informe está estructurado de la siguiente manera, el primer capítulo recrea la memoria metodológica del proceso de investigación, profundiza en el enfoque metodológico desde el cual fue abordado y las técnicas utilizadas para la recolección y análisis de la información.

determinado, transformación efectuada por un trabajo humano determinado, utilizando medios (de "producción") determinados". Al respecto véase a: Althusser L. La revolución teórica de Marx. México: Editorial Siglo XXI; 1967. p. 136.

En el segundo capítulo, se propone hacer una lectura sobre los territorios de venta informal del centro de Medellín, desde la voz de sus propios sujetos, los vendedores callejeros que construyen su experiencia de vida laboral en las calles.

Se muestra como los territorios de venta callejera en el centro de Medellín, se configuran desde diversas dinámicas e intereses socio – políticos que en este trabajo aparecen y son nombrados como líneas que se mueven entre lo transparente y lo visible. Lo transparente referido a la enunciación y estatuto jurídico – estético con que el Estado local marca y designa las calles prohibidas legalmente para la venta callejera, y lo visible que tiene que ver con la lucha de los vendedores por encontrar, marcar, apropiarse, defender y visibilizar permanentemente territorios para la venta.

En el tercer capítulo, se describe la forma como los procesos de territorialización que hacen los vendedores callejeros en los espacios públicos del centro de Medellín, están atravesados por un cúmulo de prácticas, significaciones, temporalidades, ritmos, itinerarios, controles y relaciones que delinear la ciudad informal que se construye a partir de prácticas de trabajo desregulado en las ventas callejeras, control social, y redes de intercambio, que buscan el lucro, la sobrevivencia, la alteridad y el disciplinamiento social frente a un proyecto e ideal de ciudad formal que segrega y excluye las formas subterráneas de habitar y marcar la urbe.

En el cuarto capítulo, se analizan los procesos de negociación política entre los vendedores callejeros y la administración municipal, develando discursos y situaciones en las cuales aparecen códigos referidos a la necesidad histórica del vendedor callejero de organizarse políticamente para conquistar colectivamente algunos derechos que se sienten vulnerados por el Estado y por las dinámicas de control que se tejen en el centro de Medellín. Es la evidencia de las prácticas de acción colectiva para la presión, diseño y concertación de programas y políticas que mejoren la condición de los trabajadores callejeros.

En el quinto capítulo, se analiza como la ciudad urbanizada, articulada al discurso de la modernización, desconoce las reconfiguraciones sociales y culturales, pues se instaura en un escenario de poder autoritario, donde lo que se puede hacer, ya está, supuestamente, escrito. La ciudad así se nos aparece como un conjunto de espacios marcados por un ideal estético, codificados, normatizados, rutinizados y controlados, sin espacios para acoger la diversidad de relaciones y prácticas que se crean en el espacio público.

Finalmente, se presentan algunas lecciones aprendidas con respecto a nuestro propósito principal de analizar la producción social del espacio para las ventas callejeras y el entramado de sentidos, intereses y disputas que entraña la pugna por el territorio y el control del comercio callejero.

Espero aportar rutas de análisis e interpretación en el debate sobre estos temas centrales en la configuración de las ciudades latinoamericanas, y en el conocimiento de los trabajadores callejeros

como sujetos históricos relevantes en la economía trasnacionalizada y desregulada del momento.

2. MEMORIA METODOLOGICA

La memoria metodológica de este estudio es un recorrido por cada una de las situaciones, problemas, decisiones, procesos y reprocesos vividos en la concreción de esta historia. La cual no nos llega, ni es el resultado de una exégesis o acto de iluminación del investigador, en ella se condensa el recorrido crítico vivido para llegar al punto que nos encontramos.

Esta historia aparece hacia el año 2004, cuando termine mi primer pregrado como Licenciado en Educación Física de la Universidad de Antioquia, no logro imaginarme cómo logre terminar un proceso de formación que luego de haber abandonado el deporte y de completar el sexto semestre de estudios, no respondía a mis inquietudes, pero tampoco me generaba nuevas preguntas que alimentaran mis ignotos deseos por debatir y conocer, tan adormecidos por la mediocridad de una formación secundaria para la sumisión.

En algún momento del año 2002, uno de esos docentes que aún se resisten a ver la universidad como un gran centro comercial de información y conocimiento, dedicó una de sus clases al análisis de la situación de la educación en Colombia, y de las posibilidades de emergencia del movimiento estudiantil y profesoral como sujetos críticos en dicho proceso, y allí se dio la ruptura y línea de quiebre donde comienzo a formarme para escribir esta historia.

La preocupación por lo social es una de las herencias de mi paso por el movimiento estudiantil y otros procesos sociales de cambio que aunque fracasados, han marcado la huella de muchos que creemos y propugnamos por la emergencia de nuevos sujetos históricos.

Ya para el año 2003, me encontraba estudiando un nuevo pregrado en Ciencia Política, donde a la par de la teoría política clásica, la escuela de los estudios políticos comparados, de las teorías de la elección racional y de las teorías neocontractualistas norteamericanas, también me esforcé en estudiar aquellas metarrelatos de los que ya no se habla por el posicionamiento y el "régimen de verdad" establecido por las teorías posmodernas.

A través del estudio del Marxismo pude entender algunos enfoques para explicar las relaciones sociales, la lucha de clases, las formaciones sociales, los modos de producción, el capital, el fetichismo de las mercancías, entre otros debates que atravesaron todo el siglo XX. Pero, fue en el estudio del concepto de trabajo en Marx, donde establecí una relación entre mis dos pregrados, en tanto, una primera conclusión que saque era que hablar del trabajo, era también hablar de tiempo libre y ocio, en últimas, ni el trabajo ni el tiempo libre se pueden entender excluyendo el uno del otro. Trabajo – tiempo libre forman una unidad dialéctica. Por tanto, a partir de este momento mis trabajos e indagaciones se dirigieron hacia la comprensión de la sociedad capitalista y de su reconfiguración trasnacional, a través de la lectura del trabajo – tiempo libre en diferentes contextos.

Es así como en el año 2006, logre graduarme como Politólogo de la Universidad Nacional de Medellín, con un trabajo de grado que propuso una forma de leer la relación trabajo – tiempo libre en la globalización o sociedad de mercado trasnacional.

Para este mismo año, comencé a estudiar la Maestría en Salud Colectiva de la Universidad de Antioquia, donde me trace hacer un fuerte estudio sobre el ocio, dada mi preocupación por la forma como el capital configuraba y establecía un control del tiempo libre a través del consumo a gran escala que traía consigo el mercado global.

Pero, dada mi cercanía con algunos familiares que trabajan en las ventas callejeras, realicé un pequeño acercamiento a los conflictos entre la administración municipal y los sindicatos de trabadores callejeros, y pude establecer la importancia cualitativa de este fenómeno, en tanto, es allí donde se ubican gran parte de los desempleados a causa del desempleo estructural de la sociedad colombiana. Por tanto, la lectura de esta fracción de la economía informal, me permitía estudiar otro rasgo crítico de la globalización, la flexibilización y precariedad laboral, y la informalidad.

En ese contexto, la salud colectiva como campo del saber en construcción me brindaba herramientas teórico – epistemológicas amplias como el trabajo, el consumo y la reproducción social para hacer un abordaje problematizador y propositivo del trabajo en las calles de Medellín.

La salud colectiva: un campo de saber, un marco de análisis.

Las preocupaciones que dieron origen y han atravesado el campo de la salud colectiva desde mediados del siglo XIX hasta nuestros días, se han plantado sobre un cuerpo de preguntas generales ¿Qué cosa es la salud?, ¿Cuáles son los determinantes sociales del proceso salud – enfermedad?, ¿Qué prácticas de la vida humana configuran procesos en salud?

Tales preguntas adquieren contenido de acuerdo al tipo de sociedad que se trate, o sea, las relaciones que establecen conglomerados humanos. En la sociedad contemporánea coexisten diversos proyectos sociales, los cuales apelan a prácticas diferenciadas para entender y actuar en lo social, así para el proyecto hegemónico la sociedad es entendida como suma de individualidades sin ningún papel histórico, objetos de las circunstancias sociales, alopoieticas y seres vacíos que toman sentido en las mediaciones del consumo y las disposiciones estatales.

El proyecto social alternativo en el cual se inscribe la salud colectiva considera lo humano como configuración de sujetos sociales que transforman la cotidianidad en sus relaciones y cambian el mundo de acuerdo a sus intereses y necesidades. Es una concepción centrada en la vida y en el devenir contradictorio de lo social, planteamiento que permite pensar las prácticas y relaciones en salud, contrario a los designios del paradigma hegemónico.

La salud entendida como la conjunción de relaciones que establecen los colectivos humanos en la vivencia de sus necesidades históricas, nos

advierte que el proceso vital humano refleja las condiciones socio – históricas de vida de cualquier sociedad, reflejo que se mira a través del lente de determinantes* sociales como las relaciones de producción, el trabajo, el tiempo libre, la articulación de las clases sociales, el consumo, el espacio, las ideologías, las relaciones políticas, etc. Por tanto, esta concepción se acerca a las construcciones de la salud colectiva, al resaltarla como un “conjunto articulado de prácticas técnicas, políticas y económicas desarrolladas en el ámbito académico en las instituciones de salud, en las organizaciones de la sociedad civil y en los institutos de investigación informadas por distintas corrientes de pensamiento (...) la salud colectiva se consolida como campo científico y ámbito de prácticas abierto a la incorporación de propuestas innovadoras”⁽¹⁷⁾.

Es un campo de conocimiento en constante reflexión y cambio sobre el proceso vital humano, desde una concepción que mira a la salud del colectivo en su realidad histórica, en su fundamento contextual y de vida, y no sólo bajo la reducción de lo humano al descuento de la enfermedad. Es decir, la salud colectiva es un saber y un conjunto de

* Los determinantes sociales de la salud no se entienden a la manera del estructural – funcionalismo, es decir, como una trama de posiciones e interrelaciones mutuas mediante las cuales se pueden explicar las interdependencias de las partes que componen la sociedad, donde la función de cada parte es la forma en que esa parte opera para mantener el sistema total en orden. Al contrario, estos determinantes se entienden como relaciones susceptibles de transformación por los sujetos que construyen su devenir en la cotidianidad de sus prácticas.

prácticas que se concretan “en procesos de activación de las diferentes fuerzas sociales hacia la transformación positiva de sus condiciones de vida y salud. Caben entonces prácticas pedagógicas e investigativas; acciones al interior de movimientos sociales y políticos; acciones en los terrenos de la legislación, y la organización popular, el debate político, las luchas gremiales y sindicales en el terreno de la salud, y muchas otras formas de acción social”⁽¹⁸⁾.

Esta forma de entender la salud, de organizar lo social reconoce las relaciones económicas, el trabajo, la cultura, la política, las relaciones de poder, el Estado, etc., las prácticas que se despliegan en cada uno de estos niveles mencionados son el sustento material de los procesos en salud, es decir, la salud se construye con el otro, con los otros, en la ipseidad. En últimas, la salud colectiva busca recuperar el sentido de lo humano y de las relaciones que establecen los humanos entre ellos y con el mundo, para dar término a esa forma fragmentada y cosificada de examinar y actuar en la vida. La salud como hecho social es la mirada del sujeto como totalidad social y de la sociedad como unidad en constante transformación que transforma las maneras de existir y de relacionarse con el mundo.

La salud colectiva conceptualiza el proceso salud – enfermedad como “un proceso dialéctico y no como una categoría dicotómica. Estudia el proceso salud – enfermedad en el contexto social, considerando los efectos de los cambios de las condiciones sociales a lo largo del tiempo. El perfil epidemiológico de un colectivo social o institucional en una determinada sociedad requiere un análisis de múltiples niveles para comprender por qué y cómo las condiciones sociales, tales como la

reproducción social, la producción económica, la cultura, la marginalización y la participación política, se organizan históricamente en distintos modos de vida característicos de los grupos situados en diferentes posiciones dentro de la estructura de poder, y determinan un acceso diferencial a condiciones favorables o protectoras, o a condiciones desfavorables o destructivas, estableciendo la dinámica del proceso salud – enfermedad”⁽¹⁹⁾.

Como objeto teórico, aquellos problemas que toquen con la vida humana, con la salud, con la enfermedad o con la muerte en cuanto se aborden y analicen como entidades y realidades histórico – sociales, con la rigurosidad y metodología que tal entidad requiere, es un tema de la salud colectiva.

Hacia una posible relación entre la salud colectiva y el trabajo callejero

El trabajo y las formas históricas que éste asume han sido una preocupación permanente de la salud colectiva, esta se puede establecer como marco de análisis para leer las diferentes formaciones socio – históricas, y establecer una especial periodización porque desde “Cuando la historia humana abandonó la etapa colectivista en la que se producía y distribuía según la necesidad, para entrar de lleno en los diferentes periodos del productivismo y apropiación privada, en los que la necesidad fue desplazada a un segundo plano, y se inició un largo camino de lucha por el control privado de la producción, es que fue derrotada la posibilidad de una plena salud colectiva”⁽²⁰⁾, pues en

efecto, luego de dos siglos de hegemonía y dictadura de las mercancías, el capitalismo se nos aparece en su real sentido histórico, como un régimen para la acumulación de capital al margen de cualquier consideración social que se atravesase en sus lógicas; es una máquina para la apropiación privada del producto del trabajo y de la creatividad humana, "un ensayo fetichista que viste la alienación con apariencia de progreso, disfraza la miseria con ropaje de marca y aglomera seres competidores acrílicos en grandes urbes de soledad privada, donde cada vez queda menos espacio para el compartir solidario, para una racionalidad humana de los ritmos y sentidos de la vida y, en definitiva, para la salud que sólo puede conseguirse humanizando las formas de trabajo, defendiendo el consumo, posibilitando las máximas expresiones de organización democrática del poder, fortaleciendo la pluralidad y complementariedad cultural y asegurando la defensa de la naturaleza"⁽²⁰⁾

Las formas de producción han sido una preocupación constante en la salud colectiva retomada de los objetos históricamente asumidos por la epidemiología crítica desde diferentes enfoques y concepciones, de hecho, "el sufrimiento masivo no implica novedad alguna en la historia del mundo regido por el capitalismo: (...) Que sino ese mismo y descomunal menoscabo expresan hallazgos como los de Paulo Sabrosa cuando explica el deterioro de los circuitos epidemiológicos y la acumulación epidémica en los espacios sociales relegados como secundarios, en los que se impone el hacinamiento, la precariedad laboral, y sistemas desesperados de supervivencia y migración, donde se disparan las tasas de contacto y reproducción de parásitos; microorganismos a los que la miseria favorece para su potencial biótico;

todo en medio de la desarticulación de programas de control y la cómplice tolerancia de una doctrina de los mínimos de supervivencia como marco de una epidemiología para pobres”⁽²⁰⁾.

El colectivo de los trabajadores callejeros en espacios públicos son sujetos desempleados del sector formal de la economía, que les ha tocado asumir la gestión de sus vidas y la subsistencia creando mecanismos precarios de comercio en las calles. Es una actividad concebida dentro de la precariedad laboral “En la actualidad, los países del capitalismo clásico han montado un modelo postkeynesiano de economía de libre mercado que combina bajo desempleo, con un creciente número de trabajadores sometidos a formas de contratación precaria, empleos parciales y mal remunerados, eliminación de beneficios sociales y la acumulación de un ejército de sujetos que sobreviven en el mercado informal”⁽²⁰⁾.

La salud colectiva ha considerado el estudio de lo laboral como uno de sus objetos más importantes, en tanto, “la epidemiología es más una disciplina dadora de imagen, herramienta de diagnósticos y del llamado “cálculo de riesgos”, por eso, más nos vienen a la memoria los papeles claves que históricamente jugó en esas líneas. El estudio de la salud de la población laboral en etapas de apertura y consolidación de los territorios “tropicales” - en la era de expansión de los imperios económicos durante el comienzo de siglo - y el papel más reciente que le han impuesto de calculadora de las políticas de los mínimos de supervivencia y de gobernabilidad de los riesgos”⁽²⁰⁾, el problema ha sido los diferentes enfoques con que se asumen los estudios sobre el trabajo.

Ahora bien, sí tenemos en cuenta que los cuatro papeles fundamentales de la salud colectiva son: el ser testigo acusador de los procesos destructivos para la vida que se dan en la sociedad; ser una herramienta de monitoreo crítico de la calidad de vida y la salud; ser un instrumento de empoderamiento de la población en su movimiento hacia la conquista de equidad social, étnica y de género; ser una arma de planeación estratégica y participativa, y que “las condiciones de salud resultan del juego intenso y dinámico de un sistema completo de contradicciones en cinco dominios de la reproducción social: la vida productiva, la vida de consumo y de la cotidianidad, la vida política, la vida ideológica y la vida de relación con las condiciones naturales. En todos esos dominios suceden procesos que destruyen o deterioran la vida colectiva o singular de los trabajadores y procesos que la protegen y desarrollan”⁽²¹⁾, podemos reconocer en la producción y en el trabajo como relación dinámica una veta importante para el análisis de las condiciones sociales de cualquier conglomerado social.

Los estudios sobre las condiciones de vida de los vendedores callejeros, se inscriben como una de las tendencias y preocupaciones de la salud colectiva a comienzos del siglo XXI, máxime sí reconocemos que el momento histórico que vivimos viene sufriendo, generando profundas transformaciones en la formas productivas, en el trabajo y en la relación capital – trabajo. Lo cual profundizará la crisis del empleo formal y de los derechos laborales que hoy coloca a cientos de trabajadores en la calle.

En últimas, la salud colectiva tiene inmensos retos y caminos por recorrer, su preocupación por la salud de los colectivos sólo puede conseguirse humanizando las formas de trabajo; humanizando el consumo, la vida familiar y cotidiana; protegiendo la multiculturalidad y la actividad espiritual del ser humano; generando formas de democracia real en la toma de decisiones; y a través del desarrollo humano genofenotípico⁽²⁰⁾.

Tipo de estudio

Como se señaló anteriormente, el interés del presente estudio, asumido desde el enfoque cualitativo, se centró en interpretar el proyecto de ciudad que se perfila a partir de la territorialización del espacio público que hacen los vendedores callejeros en el centro de Medellín, reconociendo los territorios que construyen, identificar el tipo de prácticas que realizan, develando los procesos sociales y su lectura sobre los lineamientos que perfilan las políticas públicas frente a la territorialización del espacio público para el comercio callejero. Todo esto ha demandado de parte del investigador la agudeza y nitidez suficientes para dejar hablar los hechos que significan los participantes y las realidades en que ellos se envuelven y construyen, y también, una apuesta metodológica que consideró, en primera instancia, la mirada del vendedor callejero en su propio contexto desde el reconocimiento de la vida cotidiana, de igual forma, las múltiples identidades, prácticas sociales, condiciones de vida y las relaciones de poder que socialmente se construyen. Por tanto, el presente estudio se llevó a cabo mediante

un contacto directo con los sujetos participantes y con los territorios de venta callejera construidos en el centro de Medellín.

El enfoque cualitativo nos permitió dejar hablar, escuchar y comprender “la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción, visto a partir de las múltiples lógicas presentes en los diversos y heterogéneos actores sociales, y por tanto desde sus aspectos particulares, rescatando la interioridad (visiones, percepciones, valores, formas de ser, ideas, sentimientos y motivos internos) de los vendedores callejeros”⁽²²⁾.

De esta manera, se construyó una relación con los vendedores callejeros participantes que dio valor a sus realidades subjetivas e intersubjetivas, reconoció y valoró sus testimonios y discursos como productos legítimos de conocimiento científico para comprender las lógicas de sentido que guían sus prácticas sociales. Por lo tanto, se aprehendió la realidad desde las construcciones simbólicas y laborales propias de los participantes en un escenario diverso.

Perspectiva investigativa

Se recurrió a la perspectiva etnográfica como parte de los métodos comprensivos de investigación social, los cuales “admiten y asumen la relación recíproca entre la realidad externa y el sujeto, y la intersubjetividad como categoría indispensable para validar y consolidar la legitimidad de lo que se diga o explicita acerca de la lectura que se haga de algún fragmento de la realidad”⁽²³⁾.

La decisión metodológica señalada se apoyó en lo propuesto por Galeano y Martínez, quienes plantean que los estudios etnográficos permiten “captar el punto de vista de un grupo social concreto describiendo las acciones y los hechos que se desarrollan en dicho contexto, propiciando la reflexión de las personas sobre las creencias, prácticas y sentimientos e identificando el sentido actual que tienen las mismas”⁽²⁴⁾. La etnografía nos permitió registrar una serie de procesos sociales que forjan los vendedores callejeros en el centro de Medellín, los cuales, a pesar de la diversidad que asumen sus prácticas laborales, comparten o se guían por formas de vida y situación que los hacen semejantes, como puede suceder con los consumidores, los agentes de control, la policía, los comerciantes formales, el transeúnte, entre otros. La etnografía nos permitió compartir y observar a los vendedores callejeros en sus propios escenarios laborales, situación que permitió un encuadre cultural y conocimiento del contexto centrales para comprender las tramas, juegos y dinámicas de sus prácticas. Esto guarda relación con Hammerley y Atkinson, quienes plantean que en la etnografía “el investigador o la investigadora, participa de la vida cotidiana de las personas durante un tiempo, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas; o sea, recogiendo todo tipo de datos accesibles para poder arrojar luz sobre los temas que él o ella han elegido estudiar”⁽²⁵⁾.

El recorte etnográfico permitió leer las dinámicas que construyen en el espacio público los vendedores callejeros, pero aunque los sujetos del estudio son los vendedores callejeros del centro de Medellín, el objetivo de estudio focalizó su alcance en los vendedores callejeros sin permiso

estatal para su práctica laboral, pero dada la movilidad y la variabilidad en las clases de ventas que asume el vendedor callejero, el grupo humano participante del estudio etnográfico estuvo representado por sujetos vendedores callejeros estacionarios, semiestacionarios con permiso y sin permiso estatal, y ambulantes con permiso y sin permiso estatal. Estos participantes tienen en común la condición de trabajadores del comercio en los espacios públicos del centro de Medellín, la histórica y permanente lucha por la defensa de un territorio, mejores condiciones para laborar y las formas de vida propia de esta realidad.

En sintonía con las particularidades del objeto de estudio de esta investigación y con los objetivos de la misma, se trabajó con la Etnografía focalizada o particularista, la cual hace referencia al estudio de un aspecto específico de un grupo, donde el etnógrafo investiga un solo aspecto de la cultura, en un corto período de tiempo, y donde el foco está en un grupo de personas que comparten características sociales y culturales semejantes⁽²⁶⁾. El foco de interés estuvo circunscrito a cuatro aspectos específicos de la territorialización del espacio público que hacen los vendedores callejeros en el centro de Medellín: el reconocimiento de los territorios que construyen, la identificación del tipo de prácticas que realizan, el desciframiento de los procesos sociales y los lineamientos que perfilan las políticas públicas frente a la territorialización del espacio público.

El diseño metodológico que orientó la investigación se construyó como un proceso abierto, flexible, emergente y multicíclico⁽²²⁾ que pasó por un momento exploratorio, de focalización y de profundización enlazados por

una constante reflexión, emergencia de categorías de análisis, de procesos y prácticas sociales poco visibles pero significativas en la configuración de la ciudad.

Momentos metodológicos

De acuerdo al diseño metodológico que orientó el estudio, caracterizado por su cualidad abierta, flexible, emergente y multicíclica en todo el proceso investigativo, es importante contar que los momentos metodológicos no fueron estructuras rígidas inamovibles que condujeran a una linealidad o secuencialidad definida por pasos o etapas con un inicio y un final contundente entre cada una. Por el contrario, estos momentos presentaron la simultaneidad propia de la perspectiva cualitativa, en donde se presenta un movimiento discontinuo entre un momento y otro; entre los hallazgos que emergían a partir del proceso de recolección de información y la teoría existente referida al objeto de estudio. Estos momentos fueron:

Momento de fundamentación teórica documental: Durante este momento se definió el objeto de estudio y la pregunta de investigación a partir de la revisión y análisis documental en relación con los antecedentes investigativos y demás trabajos teóricos realizados sobre los procesos de territorialización del espacio público y los vendedores callejeros en Colombia. Este momento permitió un acercamiento teórico inicial a la problemática a estudiar, para orientar el abordaje y la toma de decisiones en lo metodológico, a partir de un referente conceptual.

Hasta este momento los desarrollos del estudio se centraron en la revisión teórica.

Momento de exploración, acercamiento y focalización. Durante este momento se logró hacer contacto directo con los territorios del centro de Medellín marcados por la venta callejera y su contexto, de igual forma se tuvo un acercamiento directo con algunos vendedores callejeros, con el fin de construir el objeto de estudio a partir de la identificación de situaciones y problemáticas relevantes y con sentido e interpretación especial por parte de los sujetos participantes, y que despertaban el interés teórico – práctico del investigador, desde una intención por la Salud Colectiva. Este acercamiento fue posible gracias a la colaboración del Presidente de la (UGTQ) Unión General de Trabajadores Independientes y la Economía Informal de Antioquia. Este sujeto líder organizativo de los vendedores callejeros de Medellín, actuó como “portero” y posibilitó la construcción de relaciones de confianza con el contexto en que se mueven las ventas callejeras en el centro de la ciudad. El trabajo con el “portero” me permitió acercarme al conocimiento de las identidades, prácticas sociales, condiciones de vida relaciones de poder, territorios, sueños y problemáticas de este colectivo humano.

Durante este momento se realizaron recorridos de reconocimiento de los territorios, lo que permitió consolidar relaciones de confianza y establecer contactos con posibles vendedores callejeros participantes del proceso investigativo, logrando construir una base amplia de posibles participantes. Con la ayuda del “portero” y los otros vendedores que ya me distinguían, se logró aumentar la comprensión y aceptación de mi

presencia en sus territorios de trabajo, aspecto relevante dada la multiplicidad de lógicas y sujetos que se disputan el control del espacio público.

En este momento y con el recorrido seguido, se puede decir que se logró establecer un “encuadre cultural”⁽²²⁾ mediante la entrada al campo, la observación, la comprensión y sensibilidad cultural alcanzada para el trabajo directo con vendedores callejeros.

Momento de recolección de información. Durante este momento se realizó la aplicación de las técnicas definidas para recolectar y registrar la información. Para esto fue necesario planear con cada uno de los participantes del estudio, el momento propicio para realizar las entrevistas, dado las dinámicas temporales que atraviesan las vidas de cada vendedor en las calles.

Para la observación participante de los territorios propios de la venta callejera y de los vendedores, se estableció un plan para definir los territorios a observar, ubicación, horas del día y duración de las observaciones. Este plan estuvo determinado por las dinámicas propias de cada territorio y su contexto.

Durante todo el proceso de investigación se realizó revisión documental, observación y registro en diario de campo.

Momento de codificación, categorización y análisis. Estos procesos se realizaron de forma continua durante todo el proceso investigativo. Se hizo “un movimiento permanente entre la información recolectada y

el campo”⁽²⁷⁾, este proceso no se tomó como el punto de llegada del estudio, fueron momentos que acompañaron cada uno de los tiempos y permitieron el ajuste de los instrumentos. La información que iba apareciendo con la aplicación de los instrumentos de recolección, se iba codificando, categorizando y analizando permanentemente, con el fin de ir identificando los niveles de saturación de los datos que construían los participantes.

Durante el procesamiento de la información, se realizó la transcripción de entrevistas y diarios de campo, los cuales se convierten en documentos para el análisis. A partir de estos, se realizó el proceso de codificación y categorización, el cual permitió configurar un índice de la información encontrada en cada uno de los documentos y establecer relaciones. (Los códigos fueron recuperados y organizados en una ficha de indización coordinada⁽²²⁾). Para consolidar el proceso de análisis fue necesario complementar el ejercicio empírico de codificar y categorizar, con los procesos de teorización. Por tanto, a partir de la interpretación y el análisis inductivo, se fue incorporando la teoría necesaria para enriquecer los hallazgos emergentes y complejizar su lectura con aportes de contexto. Por último, el análisis se complementó a través de la contrastación de las fuentes de información definidas y utilizadas en el estudio.

Momento de divulgación y validación de resultados. Se realizó una devolución parcial de los resultados del estudio a los vendedores que participaron en el proceso. Sin embargo, una vez se obtenga la aprobación académica del trabajo, se realizará una campaña de divulgación pública de los resultados del estudio, la cual involucrará

desde los sujetos participantes del proceso, hasta la comunidad académica, sector público y población interesada en la temática. Por tanto, reconociendo que “el conocimiento es un producto social, es importante compartir críticamente aquellos resultados que surgen de la interpretación de los procesos”⁽²⁸⁾.

Estrategias para la recolección de información

El presente estudio utilizó diversas estrategias para construir confianza en los datos y un conocimiento pertinente sobre el objeto de estudio focalizado. Las herramientas utilizadas para la recolección de la información fueron la observación participante, la observación no participante, la entrevista semiestructurada, el diario de campo y la revisión documental.

La observación participante. Esta estrategia involucró la interacción social entre el investigador y los participantes del estudio en el contexto de estos⁽²⁷⁾. A partir del trabajo directo del investigador con los vendedores callejeros en sus territorios de trabajo, se generaron nuevos datos e información que fue recolectada de forma sistemática. Esta estrategia metodológica permitió observar e interpretar las dinámicas propias de estos sujetos en su propio contexto, en tiempo real y sin mediaciones. Boyle plantea que “idealmente la observación participante es la inmersión en una cultura o modo de vida de un grupo. En algunos ambientes aplicados, la observación participante suele no ser continua, y consiste en cortos periodos de observación intensiva diseminados durante un periodo de tiempo largo. La observación participante

proporciona las bases del significado y los datos contextuales de la etnografía”⁽²⁹⁾. De esta manera se recuperó la perspectiva etic de la realidad.

Para el presente estudio, se realizó observación participante intensiva, durante periodos cortos, repartidos aproximadamente durante un año de trabajo de campo. Esta observación tuvo lugar a través de recorridos realizados con los vendedores callejeros ambulantes, el trabajo directo con varios vendedores semiestacionarios y estacionarios y en reuniones y asambleas realizadas por los sindicatos que aglutinan a los vendedores callejeros del centro de Medellín. Para la observación se contó con una guía que permitió recuperar algunos aspectos específicos.

Los lugares donde se realizó la observación participante fueron los siguientes:

- La Playa entre la Avenida Oriental y Junín (bajando costado derecho).
- (Carrera 49 – Junín) con (Calle 48 – Pichincha).
- (Carrera 49 – Junín) entre (Calle 50 – Colombia) y (Calle 52 - la playa).
- (Calle 48 – Pichincha) entre (Carrera 51– Bolívar) y (Carrera 52 – Carabobo).
- (Carrera 48 - Ecuador) entre (Calle 49 – Ayacucho) y (Calle 50 – Colombia).
- (Carrera 49 – Junín) con (Maracaibo).
- (Carrera 51 – Bolívar) entre (Calle 50 – Colombia) y (Calle 48 – Pichincha).

- (Calle 51 – Boyacá) entre (Carrera 49 – Junín) y (Carrera 50 – Palace).
- (Carrera 51 – Bolívar) entre (avenida primero de mayo y Juanambu).

Es necesario anotar que las observaciones se hicieron con un foco de atención particular: el reconocimiento de los territorios que construyen, la identificación del tipo de prácticas que realizan, el desciframiento de los procesos sociales y los lineamientos que perfilan las políticas públicas frente a la territorialización del espacio público. Por consiguiente se plantea que la observación fue focalizada.

La observación no participante. Para realizar las observaciones de este estudio, se diseñó un formato guía, que permitió dar orden, coherencia y no perder aspectos importantes en relación con la pregunta y objetivo de la investigación. Se realizaron 18 observaciones: dos en cada uno de los nueve territorios focalizados (referenciados en el apartado observación participante) para leer la territorialización del espacio público que hacen los vendedores informales en el centro de Medellín. Por tanto, en total fueron 18 horas de observación, que permitieron con la permanencia y continuidad asumida, aprehender datos significativos de los territorios y objeto de interés.

La entrevista semiestructurada. Se realizaron 16 entrevistas desde una intención cualitativa (este número corresponde al momento de saturación de los datos), caracterizadas por su flexibilidad, dinamismo, su naturaleza no estructurada. Estas se dirigieron hacia la interpretación de la formas de vida en el espacio público, relaciones, dinámicas y

procesos que se viven en la venta en espacios públicos, las estrategias de control del territorio, las maneras de territorializar el espacio público, las formas organizativas construidas por los vendedores callejeros y su lectura sobre las políticas públicas que regulan el uso y ocupación del espacio público, tal como lo expresan sus propias palabras. Las entrevistas transcurrieron, tal como lo plantean Taylor y Bogdan, “bajo un modelo de una conversación entre iguales, donde el investigador es el instrumento de la investigación y no un formulario de entrevista”⁽²⁷⁾.

De otra parte, los relatos de las entrevistas responden principalmente a la pregunta sobre cómo los sujetos y los grupos sociales de la comunidad investigativa, perciben e interpretan su historia o un determinado acontecimiento, para este estudio, el objetivo estuvo centrado en como interpretan los sujetos el proyecto de ciudad a partir de la territorialización del espacio público que realizan. Por lo tanto, el relato permitió recuperar la perspectiva emic de la realidad objeto de estudio.

Las preguntas que orientaron las entrevistas realizadas fueron extraídas de los ejes planteados en cada uno de los objetivos del proyecto, estas fueron probadas mediante un estudio exploratorio. Esto permitió validar la forma como estaban concebidas inicialmente y su uso como guía para promover el relato de los participantes de forma fluida y confiable.

Diario de campo. Durante el estudio después de cada observación realizada en los territorios focalizados se hizo el registro inmediato de las notas tomadas en campo. De esta forma se construyeron los diarios de campo, adjuntando un conjunto de observaciones que permitieron

construir los datos para la investigación a través de la relación con los sujetos y su contexto.

El diario de campo fue el principal instrumento para hacer el registro de la observación realizada, al igual que de las reflexiones propias del investigador producto de la relación establecida con los territorios de investigación. El diario de campo nos permitió ver “lógicas subyacentes a la información (...) posibilitando la evaluación permanente y rigurosa de vacíos, inconsistencias, saturaciones, incoherencias y la generación de estrategias para completar y validar la información”⁽²²⁾, se utilizó como técnica de registro permanente de la información y complementó todos los procesos de recolección de la información hasta la culminación del estudio.

Revisión documental. La revisión documental se utilizó no como estrategia sino como técnica, en el sentido que la intención no era levantar un estado del arte sobre el objeto de estudio sino, apoyarse en ella, para darle orientación, coherencia y fundamentación a la investigación. Por tanto, la literatura técnica y no técnica se asumió como una fuente de información importante para la presente investigación. Esta se constituyó en el soporte conceptual para las categorías emergentes del proceso de investigación.

Proceso de selección de participantes

El proceso de selección de participantes y territorios de estudio, pretendió localizar y saturar el espacio discursivo sobre el tema a

investigar, develar todas las lógicas y racionalidades existentes con la comprensión de sus relaciones y de las condiciones en las que se producen. La selección implicó focalizar situaciones, eventos, lugares, casos, sujetos y momentos que fueron abordados en la investigación. Los criterios de conveniencia, oportunidad y disponibilidad guiaron la selección que se realizó de forma progresiva, sujeta a la dinámica que se derivó de los hallazgos del estudio.

Durante el momento metodológico de exploración y acercamiento a los sujetos y territorios implicados en el estudio, se realizó un proceso de selección donde se definieron los criterios para la elegibilidad de los participantes y territorios del trabajo de investigación, teniendo presente que todos los participantes son sujetos de conocimiento y que sus aportes son significativos y necesarios para abordar la realidad que se pretendía estudiar desde diversas miradas. Estos criterios fueron, incluir a sujetos: 1) Que trabajen o han trabajado como vendedores callejeros; 2) Que ejerzan su trabajo en el centro de Medellín; 3) Garantizar la participación de hombres y mujeres. Estos criterios permitieron rescatar la diversidad de las experiencias de vida en las ventas en espacios públicos del centro de Medellín.

De igual forma, los criterios para la selección de los lugares del centro de Medellín para la realización del trabajo de campo, fueron: 1) Que sean territorios de ventas callejeras (avenidas o carreras transparentes); 2) Que sean territorios de venta callejera en zonas reguladas con alto flujo de vendedores callejeros; 3) Territorios de proliferación de vendedores callejeros sin permiso estatal; 4) Territorios de proliferación de consumidores de la venta callejera; 5) Territorios objeto de

permanentes operativos de la policía y los agentes del espacio público; 6) Territorios referidos por los vendedores callejeros como significativos para su práctica laboral.

Se puede afirmar que la selección de participantes fue intencional, ya que gracias al trabajo realizado con el “portero” y a la relación que se dio entre el investigador y los diversos vendedores callejeros, fue posible identificar a los participantes del estudio, con base en los criterios de inclusión previamente establecidos. El número de participantes se definió cuando se consideró que existía saturación de los datos. Igualmente, la selección de los sujetos se hizo con base en criterios de representatividad en relación con la comprensión, pertinencia y compromiso de participación en el estudio, y no con criterios de representatividad estadística.

Este estudio se desarrolló con 16 vendedores callejeros del centro de Medellín, seleccionados por su interés en participar en el estudio. Los participantes trabajan en diferentes territorios del centro y se caracterizaron por su conocimiento y reflexión de las realidades de los trabajadores callejeros en Medellín.

Dentro de los vendedores participantes había 9 hombres y 7 mujeres, entre los 30 y 55 años de edad, todos ellos y ellas se desempeñan en las ventas de mercancías en espacios públicos del centro de Medellín (ropa y calzado, bisutería, ropa, picadura y dulces, música y películas, cacharrería, libros, calzado, artículos de cuero y ropa interior). El tiempo que han ejercido el trabajo callejero en los espacios públicos de la ciudad oscila entre 5 y 30 años, por tanto, la condición social de los

vendedores callejeros de esta historia es heterogénea y son pocos los elementos comunes que presentan, dada su extracción social diferenciada y las diversas historias de vidas en torno a su llegada a las ventas callejeras en Medellín.

En el aspecto referido a seguridad social y salud, cinco de los participantes se encuentran afiliados en el régimen contributivo de salud en calidad de beneficiarios, y los otros 11 vendedores se encuentran afiliados al régimen subsidiado (SISBEN).

En lo referido a vivienda, ocho de los participantes viven en casas alquiladas con sus familias en sectores periféricos de la ciudad; seis viven en casas propias de sus troncos familiares directos en sectores periféricos de la ciudad; una de las mujeres participantes es madre cabeza de familia desterrada interna por fuerzas paramilitares, y se encuentra albergada en casa de un familiar; y una última vive permanentemente en un albergue de pago diario en el centro de la ciudad.

De las siete mujeres participantes, todas son madres solteras y cabezas de familia, responsables de la crianza y formación de sus hijos e hijas. Se presenta un caso especial en una de las participantes, que sus dos hijos son estudiantes universitarios en formación posgradual, y sus carreras han sido sostenidas económicamente con los ingresos de su madre en las ventas callejeras. Hoy, ambos estudiantes se encuentran becados, y uno de ellos ha realizado varias pasantías y estancias por Europa.

Durante la realización del estudio se presentó el caso de una de las mujeres participantes que quedo en estado de embarazo, y su embarazo fue bastante crítico y de un cuidado médico permanente, por tanto, la vendedora tenía que ausentarse durante muchos días de su puesto de trabajo. Así, inicialmente tuvo problemas con espacio público porque el puesto permanecía largos tiempos o días cerrado, y por otro lado, al no percibir ingresos de su actividad laboral la situación económica en su hogar se puso difícil. Por tanto, las compañeras trabajadoras callejeras asumieron su defensa ante el espacio público, y sus hijas retomaron las ventas en el puesto de su madre enferma. Todo esto se presenta en un contexto de abandono total del padre del niño o niña.

La reflexión aquí invita a pensar los problemas del mercado laboral informal o desregulado, en tanto, los trabajadores callejeros no cuentan con ninguna garantía social, y la atención integral en salud es una quimera, o en el mejor de los casos una reivindicación para negociar con el Estado.

De otro lado, el capital para el establecimiento de sus puestos de trabajos y compra de mercancías es propio, de acuerdo al capital que han configurado en sus años de trabajo en las calles, unos en mayor medida que los otros, pero en ninguno se perciben o manifiesta acumulación de capital para la adquisición de otros puestos de trabajo callejero. Sólo se presentó el caso de un participante que vende libros que pertenecen a un librero empresario formalizado del Centro Popular del Libro, el cual le paga al vendedor callejero por libro vendido, una comisión por ventas.

Codificación de los testimonios de los participantes

La codificación de los códigos y testimonios que acompañan los capítulos construidos alrededor de los resultados del presente estudio, se encuentran ordenados de la siguiente forma:

El primer testimonio (E01HPS), corresponde a una entrevista, con su número consecutivo de realización, sexo del participante, y su actividad como presidente del sindicato. Este código se repite a lo largo de los cuatros capítulos de resultados. El resto de códigos tienen una ordenación diferente, así:

- 1) Tipo de instrumento (E: entrevista);
- 2) Número consecutivo de aplicación de la entrevista (01, 02, 03 ,04...);
- 3) Sexo (H: hombre, M: mujer);
- 4) Territorio donde trabaja
 - **P-AvOyJ** (La Playa entre la Avenida Oriental y Junín)
 - **J-P** (Carrera 49 – Junín) con (Calle 48 – Pichincha)
 - **J-CyP** (Carrera 49 – Junín) entre (Calle 50 – Colombia) y (Calle 52 - la playa)
 - **P-ByC** (Calle 48 – Pichincha) entre (Carrera 51– Bolívar) y (Carrera 52 – Carabobo)
 - **E-AyC** (Carrera 48 - Ecuador) entre (Calle 49 – Ayacucho) y (Calle 50 – Colombia)
 - **J-M** (Carrera 49 – Junín) con (Maracaibo)
 - **B-CyP** (Carrera 51 – Bolívar) entre (Calle 50 – Colombia) y (Calle 48 – Pichincha)

- **B-JyP** (Calle 51 – Boyacá) entre (Carrera 49 – Junín) y (Carrera 50 – Palace)
- **B-Av1°M-J** (Carrera 51 – Bolívar) entre (avenida primero de mayo y Juanambú);

5) Tipología de mercancías que vende,

- (**RyC**: Ropa y calzado)
- (**B**: Bisutería)
- (**R**: Ropa)
- (**PyD**: picadura y dulces)
- (**CD**: música y películas)
- (**Ch**: Cacharrería)
- (**L**: libros)
- (**C**: Calzado)
- (**AC**: Artículos de cuero)
- (**RI**: Ropa interior);

6) C: carnetizado por el Estado, NC: no carnetizado por el Estado.

7) S: sindicalizado, NS: no sindicalizado.

Rigor metodológico

Como estrategias generales para lograr confiabilidad, validez y verificabilidad de la información, la investigación social ha construido desde múltiples perspectivas y autores. Martínez⁽³⁰⁾ citando a Huberman y Miles refiere que el rigor de la investigación cualitativa se logra mediante la triangulación, los casos nulos, contrastación de

explicaciones, replica de hallazgos, verificación de la representatividad, revisión de los "efectos del investigador", obtener retroalimentación de los informantes, y validación de los resultados con la comunidad académica.

Durante el estudio la transcripción de las entrevistas se hizo inmediatamente para mantener la fidelidad en los datos, tomando lo que se enunció y como se enunció. En la interpretación aparece claramente el punto de vista de los vendedores callejeros y el cuidado del investigador con la constante preocupación porque los hallazgos sean un reflejo de la realidad y la interpretación de los datos tenga concordancia con lo expresado por los participantes.

Para este estudio se utilizó la triangulación de técnicas como la observación no participante, entrevista semiestructurada y la revisión documental, se realizaron entrevistas en diferentes lugares por fuera de los territorios de trabajo, en diferentes días y horarios. En el análisis y resultados del estudio se agregan fragmentos de las entrevistas como evidencia de los aspectos planteados en la interpretación por parte del investigador.

Aspectos éticos

Para cada participante que hizo parte del estudio prevaleció el criterio de respeto a su dignidad y se le protegieron sus derechos y bienestar⁽³¹⁾.

Los participantes fueron libres en decidir su participación en el estudio; por tanto, la participación fue voluntaria y no se ofrecieron remuneraciones económicas ni de otro tipo. Tampoco se ejerció ningún tipo de presión o coacción por parte del investigador para participar en el estudio.

Para las entrevistas, se realizó el consentimiento informado verbal, dadas las dificultades y desconfianzas que genera en los vendedores callejeros del centro de Medellín, el abordaje fue a través de cualquier documento, pues a algunos de ellos sus actividades los obliga a huir permanentemente de la policía y los agentes del espacio público. Se protegió la privacidad de los participantes de la investigación, utilizando seudónimos para su identificación, además, la información recolectada será destruida una vez concluya el estudio. El consentimiento informado verbal solo se aplicó para las entrevistas, para la observación se tuvo en cuenta la autorización de hecho por parte de los vendedores callejeros que dominan cada territorio observado.

Esta investigación se clasificó como una investigación sin riesgo. "Son estudios que emplean técnicas y métodos de investigación documental retrospectivos y aquellos en los que no se realiza ninguna intervención o modificación intencionada de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio, entre los que se consideran: revisión de historias clínicas, entrevistas, cuestionarios y otros en los que no se le identifique ni se traten aspectos sensitivos de su conducta"⁽³¹⁾.

Esta investigación respetó los principios éticos básicos: Respeto a las personas, beneficencia y justicia. Para la selección de los participantes no se tuvo en cuenta diferencias de edad, raza, sexo, sitio de residencia, estrato socioeconómico etc.,⁽³²⁾ lo cual, también se tomó como criterio de inclusión.

Los resultados del análisis fueron dados a conocer a algunos de los trabajadores callejeros y se realizarán las reuniones necesarias para que todos los participantes del estudio conozcan sus resultados.

3. LA TERRITORIALIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO: ENTRE LA PRODUCCIÓN SOCIAL DEL TERRITORIO Y EL COMERCIO CALLEJERO.

El presente apartado propone hacer una lectura sobre los territorios de trabajo y ventas callejeras del centro de Medellín, desde la voz de sus propios sujetos, los vendedores en espacios públicos que construyen su experiencia de vida laboral en dichos escenarios.

Desde este capítulo se da cuenta de las formas como el Estado regula y defiende las disposiciones legales del espacio público, y en últimas el proyecto de ciudad para el centro de Medellín, de otro lado, se muestra desde los testimonios de los participantes, como los vendedores callejeros producen espacialidades para la venta callejera, y como luchan contra el “veto” impuesto por la ley y las prácticas de los agentes defensores del espacio público en una especie de producción social del espacio, de creación de territorialidades para el trabajo en las calles.

Este capítulo se construye, entendiendo el espacio como una producción social, es decir, “El espacio no es un objeto científico separado de la ideología o de la política; siempre ha sido político y estratégico. Si el espacio tiene apariencia de neutralidad e indiferencia frente a sus contenidos, y por eso parece ser puramente formal y el epítome de abstracción racional, es precisamente porque ya ha sido ocupado y usado, y ya ha sido el foco de procesos pasados cuyas huellas no son siempre evidentes en el paisaje. El espacio ha sido formado y modelado por elementos históricos y naturales; pero esto ha sido un proceso

político. El espacio es político e ideológico. Es un producto literariamente lleno de ideologías”⁽³³⁾. Por tanto, en la producción del espacio se presentan disputas entre diferentes y diversos agentes sociales, agentes que materializan proyectos de ciudad que condicionan y determinan las prácticas desplegadas en el espacio público.

De otro lado, el reconocimiento de la producción social del espacio como el escenario de mediación entre distintas fuerzas históricas, nos lleva también a considerar el concepto de territorio como “un espacio socializado y culturizado, de tal manera que su significado sociocultural incide en el campo semántico de la espacialidad y que tiene, en relación con cualquiera de las unidades constitutivas del grupo social propio o ajeno, un sentido de exclusividad, positiva o negativa”⁽³⁴⁾, en el territorio se construyen estrategias, capacidades, y formas de oponerse a lo otro para una marcación, apropiación y hegemonía socio - política de formas materiales y simbólicas que garanticen una producción donde espacios y sujetos se producen mutuamente.

En esa medida, la lectura sobre los territorios de venta callejera se realiza siguiendo el hilo interpretativo y la ruta sugerida por los sujetos que construyen tales territorios, los trabajadores callejeros, quienes no se remiten simplemente a hacer un listado de los lugares más concurridos o donde se presentan dinámicas de venta en la vía pública, sino que hablan de los territorios vetados, las preferencias del consumidor, los mitos frente a los territorios, la piratería, lo transparente y lo regulado, los territorios por tipologías de ventas, entre otros temas y situaciones definitorias sobre el espacio público.

Nosotros aquí no tenemos territorio vetado

Los vendedores callejeros sin permiso estatal para el desarrollo de su actividad se caracterizan por la búsqueda permanente de espacios públicos donde puedan ejercer su trabajo, espacios para territorializar con sus precarios muebles y mercancías, en tanto, dado el aumento gradual de vendedores callejeros en los espacios públicos del centro de Medellín, el hecho de encontrar un espacio propicio y vacío para adecuar un territorio de venta en la calle se convierte en una disputa entre los mismos vendedores, y de estos con la Policía y el espacio público.

Podría decirse que esta es la principal tarea del vendedor callejero, construir un territorio donde pueda ejercer su actividad, máxime cuando no se tiene el permiso estatal para el uso y la ocupación de determinado espacio público. Al respecto manifiesta un participante *"Nosotros aquí no tenemos territorio vetado, aquí hay gente que es muy verraca, yo veo unos huecos en Medellín que le digo que para que un permiso allá y la gente lo pide"*. (E01HPS).

Los trabajadores callejeros han construido la capacidad histórica de adecuar, marcar, redefinir los espacios, producir territorios para las ventas callejeras, y consolidar territorios para la producción e intercambio de productos específicos, de acuerdo a la vocación urbana y posibilidades comparativas de cada escenario. El veto que puedan imponer los agentes estatales o el proyecto estético de ciudad no implica el abandono del espacio, porque los vendedores callejeros se apoyan y crean redes para configurar el territorio, es decir, las relaciones que los vendedores informales forjan en el territorio, emergen como lo describe Pérez Álvarez "desde una gama de

mecanismos particulares que entremezclan las acciones locales con las globales. Estas relaciones además de estar atravesadas por estrategias de sobrevivencia y de subsistencia, permiten definir prácticas concretas que dotan a los espacios con significados propios, configurando un entramado cultural que define y resignifica de manera permanente los espacios públicos del centro de la ciudad, deslocalizándolos desde su funcionalidad prefigurada, pero reterritorializándolos desde sus prácticas de economía informal” (5).

Situación contraria se presenta en la pugna por los territorios marcados históricamente por las actividades comerciales, donde aparece un problema al momento de tramitar los permisos para ocupar un fragmento del espacio público con las ventas callejeras, porque aunque el Estado es el garante y responsable de los usos y ocupaciones del espacio público, este recibe diversas presiones y queda en el medio de múltiples intereses por territorializar de alguna forma fragmentos del centro de Medellín.

Por tanto, el vendedor informal reconoce la pugna que se plantea por ¿quién posee el territorio?, ¿Quién está en el territorio?, ¿Quién habita el territorio?, ¿Quién lo domina?, ¿Quién lo conoce?, ¿Quién lo regula?, ¿Quién define el uso? y ¿Quién utiliza el territorio?, preguntas centrales para entender las lógicas e intereses que subyacen por el control del espacio público, es así como lo relata uno de los participantes:

“La alcaldía aquí es la que directamente se entiende con nosotros pero cuando vamos a tramitar un permiso o algo, que no podemos en tal parte porque comercio no deja, que no podemos en tal parte

porque la entidad bancaria, que es el Estado tampoco se puede".
(E01HPS).

En este sentido, el territorio debe ser visto, como espacio de pugna y configuración permanente expresada en los procesos de marcación, las memorias, las normas, los códigos, los ritmos, los sentidos, las significaciones, las temporalidades, las apropiaciones, la protección y defensa que hacen los habitantes de algún territorio o espacio urbano. Así, el territorio asume un espacio, unas prácticas que lo marcan, unas temporalidades y unos significados que adquiere y se resignifican permanentemente, de acuerdo al momento histórico. El Estado entra a mediar en un conflicto definido desde antes de empezar a favor de quienes pagan los impuestos y se encuentran sometidos a las dinámicas de la regulación comercial, en tanto, los trabajadores callejeros quedan sometidos a trayectorias ambulantes o a los territorios que defina el Estado.

El centro de Medellín posee algunos lugares que históricamente han sido marcados como los territorios propios de las ventas callejeras, los cuales se caracterizan por el amplio reconocimiento ciudadano y del consumidor de las tipologías de venta que se pueden encontrar en ellos.

Dichos territorios, según lo relataron los entrevistados, se han consolidado como lugares de la venta informal, en donde es difícil el control para el espacio público sobre todo en temporadas como diciembre, también es casi imposible la llegada de nuevos vendedores callejeros dado la consolidación, controles y marcación extrema de dichos espacios por vendedores callejeros, algunos con permiso y otros sin permiso estatal. Estos territorios se encuentran *"bajando por la viña*

hasta Cúcuta, pero usted coge la viña, lo que era él Ley que es el Hollywood, lo que es el Palacio y lo que es el hueco, ahí coge todo, esa calle es Pichincha, ahora en este tiempo [Diciembre] inclusive sí usted pasa por ahí no pasan carros y es vía vehicular, pero ahí la tienen cerrada ¿por qué? Porque los venteros y la misma gente, porque ahí se concentra toda la gente de Medellín". (E05/H/P-AOyJ/CD/NC/NS)

"Antes de dar los permisos, no, las calles más apetecidas son Ayacucho, Pichincha, Bolívar". (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

"En este momento las calles más apetecidas en el sector de nosotros son Colombia, Pichincha, Ayacucho y Bolívar son las calles más comerciales". (E09/H/E-AyC/C/C/NS)

Es evidente como el comercio callejero construye sus territorios de intercambio excesivo en calles, carreras y avenidas muy transitadas y con una dinámica comercial importante. Las ventas en espacios públicos es un tipo de actividad que busca incrustarse en la cotidianidad del transeúnte, en los itinerarios obligados del centro de Medellín. No obstante, es inconveniente soslayar que "El espacio público es antes que nada una determinación político – jurídica, pero también un producto del uso social. Es decir, hay "espacios públicos" inaccesibles o prohibidos y otros, que no son jurídicamente públicos, de uso colectivo intenso (...) "⁽¹²⁾ o, en otro sentido, "El espacio público es una dimensión específica del espacio urbano. Por definición se refiere a aquellos espacios urbanos jurídicamente de propiedad estatal que son de uso colectivo y no privado. Que sean de uso colectivo y no privado significa que están abiertos al uso de los particulares sin que les pertenezca a éstos en cuanto tales. Es un espacio donde se generan procesos colectivos de intercambio, identidad y diferenciación social, cultural, económica y política" ⁽⁸⁾.

Los sujetos y sus relaciones moldean el espacio y así también el espacio da forma a las relaciones sociales. Por tanto los procesos, sujetos y lugares se encuentran relacionados dialécticamente produciendo el espacio urbano, así los lugares públicos son definidos por interconexiones e interrelaciones de sujetos, procesos y espacio.

El espacio público representa el espacio social más inmediato en donde los pobladores confirman su identidad colectiva, dan forma a sus relaciones sociales, y re-crean su sociabilidad. Es construcción y producto social, y tal construcción como la sociedad misma es de carácter histórico, con algún valor y significado propio. Así, pues, “los espacios públicos nos informan quiénes viven en la ciudad, cuáles son las costumbres de aquellos que la habitan, su cultura, historia, sociabilidad e ideales. La historia de la ciudad es la de su espacio público; las relaciones entre los habitantes, entre el poder y la ciudadanía se materializan y se expresan en la conformación de las calles, las plazas, los parques, y en los lugares de encuentro ciudadano”⁽³⁵⁾.

Todo el mundo tira para el “Hueco”

Dentro de la historia y trayectoria de las ventas callejeras en el centro de la ciudad de Medellín, se han constituido unos lugares que por el reconocimiento, importancia en las relaciones sociales de la ciudad y dinámica comercial adquieren sentido antropológico.

Tal es el caso del "Hueco", reconocido por todos los vendedores callejeros participantes del estudio como el lugar privilegiado para el comercio y las ventas en la vía pública en Medellín. Aunque el "hueco" hoy tiene una dinámica comercial formalizada, en sus calles se pueden observar ventas callejeras con permiso estatal, consolidadas y trabajadores de calle en trayectorias ambulantes en sus itinerarios cotidianos.

Es necesario recordar que el "Hueco" ha sido tradicionalmente el más importante centro de acopio de los tenderos de la ciudad y escenario de alta distribución de mercancías de empresas locales, nacionales y transnacionales. Las redes de almacenes y comerciantes establecidos en este sector utilizan la estrategia de comprar grandes volúmenes de mercancías y vender a precios bajos, de forma que aunque los márgenes de ganancia sean menores el flujo de las mercancías se configure en la vía para maximizar el beneficio económico. "una condición para lograr el funcionamiento óptimo de esta estrategia es la ampliación del número de vendedores que llegarán al consumidor final, lo cual permite suponer que las ventas callejeras se convierten en un canal de distribución eficiente"⁽¹²⁾. En este sector del centro de Medellín, las empresas comerciales formales y los trabajadores callejeros establecen relaciones de cooperación para el funcionamiento exitoso de mercados minoristas.

El "Hueco" es un territorio que por su dinámica tiene diversos controles que van desde el estatal hasta los controles de los comerciantes y vendedores callejeros estacionarios consolidados allí, por no dejar entrar

otro tipo de dinámicas o procesos de territorialización con otras tipologías de ventas.

La importancia que tiene este lugar para la lectura de las ventas informales en los espacios públicos del centro de Medellín, queda clara cuando los participantes argumentan que:

"Los lugares son básicamente Ayacucho, Pichincha, Bolívar, Cundinamarca, Colombia, el hueco en Pichincha y Maturín. Pues, hueco es donde se vende y se compra al por mayor, llegan las mercancías donde uno compra al menudeo".
(E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

"¿Dónde está el ventero? Donde está la gente, entonces yo creo que aquí, hoy que es Diciembre le preguntáramos a una persona ¿A dónde va a hacer sus compras? En el hueco, en el hueco, en el hueco, todo el mundo tira para el hueco, entonces uno de los puntos atractivos es el hueco, las calles están desde Boyacá hasta Maturín y más o menos de Junín a Cundinamarca esos son los sitios atractivos para el ventero trabajar".
(E14/H/B-Av1°M-J/CD/NC/NS)

Por tanto, aunque se mencionan algunas otras calles significativas para la experiencia de vida en las ventas informales de los sujetos entrevistados, también aparece que el "hueco" es reconocido por todos como el lugar privilegiado para las venta callejeras, pero al que también es difícil acceder por la fuerte consolidación que ejercen los vendedores desde sus centros comerciales y las dinámicas de vigilancia privada en el sector. Así, el espacio público es donde la ciudad se da a conocer, donde se demuestra su crisis, prosperidad, calidad, valores y aptitudes culturales, sociales y políticas de aquellos que la habitan; es el espacio

donde el poder se hace visible, donde la sociedad se retrata, donde el simbolismo colectivo se materializa.

Por tanto, al hablar de las ventas en el espacio público, nos referimos directamente a los procesos de territorialización del espacio público, en donde la territorialización es considerada como un proceso en el que el espacio sufre variaciones en el tiempo, lo cual puede tomar milenios, décadas, o años, o por el contrario, puede ser veloz, como en las transformaciones por los impactos abruptos derivados de intervenciones planificadas o accidentales, o por la aparición de actores con alta capacidad de controlar las lógicas preexistentes. Aquellas expresiones que se establecen por cierto tiempo en un territorio específico, constituyen un sistema de códigos que le otorgan su propio sentido⁽³⁶⁾.

Lo transparente y lo regulado

En el reconocimiento de los espacios públicos marcados por la venta callejera en el centro de Medellín, los participantes significan de forma reiterativa, la disposición municipal de clasificar las calles, carreras y avenidas del centro de Medellín, como zonas transparentes o zonas reguladas, en donde las zonas transparentes son espacios donde no puede haber ningún tipo de venta informal, tal es el caso representativo de la avenida oriental, Junín, Carabobo, Bolívar, etc., y las zonas reguladas son los espacios dispuestos para las ventas callejeras organizadas y con permiso de la Secretaria de Gobierno Municipal.

Dentro de las zonas reguladas se encuentra Pichincha, Ayacucho, Boyacá, Maturín, Cundinamarca, etc., tal situación es referida por los participantes, así:

"De pronto la oriental, la oriental si es muy comercial también, pero la oriental es transparente, en este momento es zona transparente". (...) "Solamente en las que son transparentes hay más control, como a Junín por ejemplo, Junín es transparente, todo Junín es transparente, la gente ahí no tiene permiso sino que trabajan por ratos y cuando los persiguen están un rato escondidos y vuelven otra vez y así, son zonas transparentes pero las buscan porque hay buen comercio para todo".
(E06/H/B-JyP/Ch/C/NS)

Los territorios de trabajo y ventas callejeras en el centro de Medellín, se configuran desde diversas dinámicas e intereses socio – políticos que en este trabajo aparecen y son nombrados como una línea que se mueve entre lo transparente y lo visible. Lo transparente referido a la enunciación y estatuto jurídico – estético con que el Estado local marca y designa las calles prohibidas legalmente para la venta "informal", y lo visible que tiene que ver con la lucha de los vendedores callejeros por encontrar, marcar, apropiarse, defender y visibilizar permanentemente territorios para su trabajo. Lo visible aparece como la configuración y desmonte constante de espacios que escapan y pugnan contra la regulación que hace el Estado de los territorios definidos como "Calles transparentes".

Lo transparente y lo visible también se perfila como una pugna entre dos proyectos sociales, entre dos lógicas de sentido que se legitiman, la una, en la garantía de un Estado que defiende la disposición legal de los

espacios públicos para el libre goce uso y disfrute de la ciudadanía, y la otra, de unos vendedores callejeros que se apropian del espacio público y lo constituyen en territorio de venta en la calle para la subsistencia, la acumulación de capital, o el control de espacios en el centro de la ciudad.

Las zonas transparentes de ventas en la vía pública y lógicamente de vendedores callejeros, son los espacios públicos de mayor control por parte de los agentes del espacio público, allí es donde se presentan el mayor número de decomisos de mercancía por invasión del espacio público, pero también, son los espacios de mayor movilidad transeúnte, y, a su vez de dinámicas y estrategias creadas por los trabajadores callejeros para vender sus mercancías al descuido de los agentes del control.

La adecuación de espacios de venta callejera en las zonas transparentes es como una provocación para los agentes del espacio público, en tanto, la disposición de vía pública transparente no se da por negociación política, sino como imposición jurídico – política, situación que implica la toma de medidas represivas para el cumplimiento de la norma, así:

"Los lugares donde hay más represión de parte de la policía o del espacio público son las zonas transparentes. En Carabobo, en Carabobo no puede haber un ventero, ventero que arrime por Carabobo en las horas del día eso es carnada fija, así sea un tintero que venga de Cundinamarca y va por Carabobo, no puede pasar por ahí, tiene que esperar que el espacio público se haya ido para poder pasar. No puede pasar por ahí. Entonces ahí es donde tiene que guardar el Carrito en un almacén para irse a repartir los tintos, ósea,

sacar los termos e ir a vender los tintos a la clientela que tienen en Carabobo". (E01HPS)

En este orden de ideas se presentan varias impresiones, la primera tiene que ver con la permanente construcción de estrategias por parte de los vendedores callejeros para ejercer su actividad en los espacios públicos más significativos para ellos, situación que implica la construcción de solidaridades y rutas creativas para burlar los agentes de control, en tal sentido, es relevante la relación solidaria que se establece con algunos comerciantes formales que permiten guardar en sus instalaciones las mercancías de los vendedores callejeros que ocasionalmente logran adecuar un territorio de venta en zonas transparentes.

La otra impresión manifestada por los participantes, es el reconocimiento de la disminución de la persecución y represión estatal, en tanto, antes esta se presentaba en cualquier lugar, y por lo menos ahora, se cuenta con una reglamentación de zonas transparentes y reguladas que ofrece un marco de acción para la consecución de permisos y para la defensa de la mercancía ante cualquier decomiso. Los participantes lo reconocen y manifiestan que *"antes nos perseguían más, y en todas partes". (E12/H/P-ByC/AC/C/S).*

La piratería

En la intención de reconocer el tipo de marcación que los vendedores callejeros hacen de los territorios, de sus territorios de trabajo, es necesario establecer también los espacios públicos donde se ejerce la venta de mercancía prohibida por el código de policía. En tanto, se

presenta la peculiaridad que los territorios destinados y predilectos para este tipo de ventas, son aquellos donde más control existe, pero donde más circulación de transeúntes se presenta.

Este tipo de ventas requieren incrustarse y aparecerse con facilidad en el camino del transeúnte, así se comenta:

"Yo he visto mucho movimiento sobre todo de ventas de CD's piratas en Junín, en Palace y en Bolívar también".
(E15/H/B-JyP/RI/C/S)

Los territorios dinamizados con este tipo de ventas callejeras, son espacios en zonas transparentes, donde se vive una intensa y permanente confrontación con la policía y los agentes del espacio público, hasta podría decirse que una de las condiciones del trabajo es la capacidad de correr y esconderse frente a los operativos policiales, de lo contrario se correría un fuerte riesgo de perder permanentemente las mercancías. Es estos escenarios marcados por la venta de mercancía prohibida por la ley, se presentan lo que sugiere Jaramillo, como "el encuentro, las identidades colectivas, la comunicación, las contradicciones, los antagonismos, lo diverso, en fin la trama social, económica, política, que constituye una ciudad"⁽³⁷⁾. Pero, el espacio público no sólo debe ser leído con referencia al Estado, bajo los designios del régimen político o, a través de las regulaciones y controles que para su uso que dispone la legislación, sino como espacio donde se expresan realidades sociales, aquellas prácticas y relaciones que se salen del margen de lo normal o establecido, definiendo nuevas formas de territorializar el espacio. En el espacio público se reflejan diversas formas de habitar la ciudad, generalmente divergentes y subvertoras ⁽⁵⁾.

En este contexto, el territorio aparece como una relación que se problematiza, cambia, reconfigura o se conserva de acuerdo a las dinámicas que en el espacio público se construyen, a los intereses, usos y apropiaciones que caracterizan una sociedad en un momento histórico. Por tanto, “el espacio público no sólo es un concepto jurídico, sino también, un concepto socio – cultural, que lo reconoce como el lugar propio para relacionarse e identificarse y como tal, es expresión comunitaria. Las ciudades tienen dinámicas propias y, en tal sentido, los comportamientos de sus habitantes pueden recrear o crear espacios públicos que jurídicamente no lo son, o que no estaban previstos como tales. Estos pueden ser abiertos o cerrados, de paso o estacionarios, y, en esta medida, lo que definiría la naturaleza del espacio público sería su uso y no su estatuto jurídico”⁽⁵⁾.

La tesis de la territorialización del espacio público que se configura entre los procesos de producción social del territorio y el comercio callejero, se concreta en las estrategias de poder y resistencia que construyen los trabajadores callejeros para la defensa de territorios de ventas desreguladas en andenes, aceras, calles, plazoletas, muros, pasajes peatonales del centro de la ciudad. Dichas estrategias de poder y resistencia se caracterizan por la creatividad, lazos solidarios, redes de intercambio, tácticas de fuga, formas de esconder las mercancías y hasta riñas callejeras con la policía y los agentes de defensa del espacio público.

La apropiación del territorio por parte de los trabajadores callejeros crea una forma de ejercer soberanías transitorias, y en algunos casos

permanentes sobre el espacio público. Esta práctica es un ejercicio de territorialidad donde los vendedores marcan y ejercen un régimen de control territorial con una serie de reglas y redes de acción colectiva para el resguardo de límites, fronteras, tipologías de ventas y las mercancías. El régimen de control también construye e implementa estrategias de inteligencia y contrainteligencia para la protección de los bienes y productos frente a los operativos de la policía y los agentes del espacio público para confiscación de mercancías y levantamientos de muebles de trabajo.

Es claro, que en las ventas callejeras se conforman por diversos sujetos con intereses diferenciables. Un grupo de trabajadores callejeros articulados a una práctica que pasa por la sobrevivencia y el rebusque; otro grupo de empresarios que “emplean” trabajadores callejeros o tienen propiedad transitoria sobre varios puestos de trabajo, estos sujetos concretan su interés en la acumulación de capital o la consolidación de un mercado; otro grupo compuesto por la policía, los agentes del espacio público o las empresas legales e ilegales con una intención por el control político – social del espacio público y de la geopolítica del centro de la ciudad. Todos estos grupos pugnan por la producción social del territorio para el logro de algún interés histórico.

Para el caso de los vendedores callejeros el régimen de control territorial sólo opera en los trabajadores callejeros ambulantes o semiestacionarios sin permiso estatal que no cuentan con la cesión de un puesto de trabajo por parte de la administración municipal, y lógicamente no están carnetizados. Por tanto, el caso de los vendedores ambulantes, semiestacionarios y estacionarios que tienen permiso estatal, es

diferente, en tanto su práctica laboral se encuentra regularizada por la cesión de un territorio para la venta informal, lo único que tienen que cumplir es con: 1) el tipo de mueble o puesto de trabajo, 2) la tipología de mercancía a vender, 3) el horario permitido para permanecer en el territorio con las ventas, 4) la estricta localización. Valga decir que el mueble o puesto de trabajo tiene unas características específicas que se deben de cumplir.

En esa medida, la situación y problemáticas de los trabajadores callejeros en el centro de Medellín no es homogénea, en tanto, hay diferentes tipos de trabajadores callejeros. Por tanto, dada las características de nuestro objeto de estudio el análisis del régimen de control del territorio describe un conjunto de prácticas de los vendedores callejeros que no han sido regularizados por la administración municipal.

Los trabajadores callejeros tienen en la territorialización una práctica de producción social del espacio, producción que demanda una transformación generada por el trabajo social enmarcado en un proyecto de ciudad, en una práctica laboral, en una relación económica y en una forma de soberanía política sobre el territorio. Por tanto, en la producción del espacio se devela otra práctica transformadora de los trabajadores callejeros.

4. EL COMERCIO CALLEJERO: PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE TERRITORIOS Y MERCANCIAS.

En el presente apartado se describe y caracteriza la forma como los procesos de territorialización que hacen los vendedores callejeros en los espacios públicos del centro de Medellín, están atravesados por un cúmulo de prácticas, significaciones, temporalidades, ritmos, itinerarios, controles, redes de intercambio y relaciones que delinean la ciudad que se construye a partir de prácticas de trabajo desregulado en las ventas callejeras que buscan el lucro, la acumulación de capital, la sobrevivencia, la alteridad y el disciplinamiento social frente a un proyecto e ideal de ciudad formal que segrega y excluye las formas subterráneas de habitar y marcar la urbe.

El reconocimiento de las prácticas que realizan en la cotidianidad de su experiencia de vida los vendedores callejeros, es interpretado por ellos de diversas formas, pero se han encontrado algunos elementos significativos y comunes que marcan y retratan de forma clara, las diversas situaciones que tienen que afrontar en su práctica laboral en las calles del centro de Medellín.

En la ciudad de Medellín el tema de las ventas callejeras y el control del espacio público para la defensa del ideal estético, del transeúnte y el beneficio del comercio regularizado "adquiere importancia después del incendio que destruyó en su totalidad la plaza de mercado de Guayaquil, en 1968; incendio que se dio después de conformarse como un mercado callejero, denominado popularmente el Pedrero, para ese momento,

este sector comenzó a deteriorarse notablemente; deterioro que llevó a la demolición de sus ruinas y al desalojo de sus habitantes. Muchos de los venteros que trabajaban allí, se dispersaron por las calles aledañas, desbordando el orden previsto. Esto a su vez, generó en el imaginario, no sólo gubernamental, sino también colectivo, la percepción de estos habitantes como indeseables”⁽⁵⁾.

Los agentes y funcionarios estatales encargados del desalojo de los vendedores callejeros se sirvieron de diversas estrategias de represión para desterritorializar y expulsar las ventas callejeras del lugar y evitar su reproducción en dicho espacio, para lo cual se realizaron decomisos masivos, multas, destrucción de mercancías y puestos de trabajo, enfrentamientos, entre otros. Por tanto, “en los años ochenta, las ventas ambulantes emergieron como un problema nuevo para la ciudad, al tiempo que se intentó la recuperación del centro y la creación de plazas de mercado satélites en los barrios de la ciudad. Esto llevó a que los vendedores ambulantes fueran considerados como “invasores” del espacio público”⁽⁵⁾.

Es a partir de este momento que se empieza a hacer evidente en el centro de Medellín, la proliferación de vendedores callejeros, situación que se presenta por diversos factores como: el destierro de la venta callejera del lugar hasta entonces marcado para ello (la Plaza de Guayaquil), la masiva llegada de familias a Medellín provenientes de zonas rurales de Colombia, y por consiguiente, el aumento en los niveles de desempleo que consolidó un numeroso ejército de reserva, y de mano de obra.

Pero, “en 1980, la administración municipal al construir la Central Minorista y trasladar allí los venteros, prohibió, de manera radical las ventas en los parques, plazoletas y pasajes peatonales; definió las zonas en las que no se podían establecer ventas ambulantes de ninguna clase; e inclusive, prohibió la circulación de carretas o carretillas en las vías públicas. A pesar de ello, el traslado de los venteros a la Central Minorista o a las plazas satélites, no solucionó el problema; por el contrario, “Guayaquil” se extendió a lo largo de las carreras Bolívar y Carabobo, alterando las funciones de intercambio social y cultural que históricamente se desarrollaban allí”⁽⁵⁾. A partir del momento descrito, en el centro de Medellín, se puede apreciar una proliferación de vendedores por todas las calles y carreras, de hecho existen unos lugares más concurridos y marcados por esta actividad, pero todo el centro de la ciudad vive las dinámicas del trabajo y la venta en espacios públicos.

Caracterización de las ventas y el trabajo callejero en el centro de Medellín[♦]

El presente apartado caracteriza las ventas y el trabajo callejero en los espacios públicos del centro de Medellín, a partir de:

[♦] Tomado de clasificación contenida en Acuerdo Municipal N° 032 de 2005 del Concejo de Medellín, y reconfigurado a partir de la observación participante y no participante realizada en los territorios de trabajo callejero en el centro de Medellín.

1. La relación que establece su actividad con el espacio urbano.
2. La relación que establece su actividad con el tiempo (en términos de jornada de trabajo y periodicidad de la actividad comercial).
3. El permiso estatal para ocupar con fines comerciales el espacio público.
4. La tenencia de contrato de arrendamiento con el municipio para ocupar con fines comerciales los kioscos y casetas dispuestas por la administración municipal en algunas calles, carreras, avenidas, plazoletas, parques y estaciones del metro en el centro de la ciudad.

Teniendo en cuenta los cuatro criterios de clasificación trazados, los vendedores callejeros del centro de Medellín se clasifican de la siguiente manera:

Con relación al grado de afectación del espacio público que representa su actividad.

Vendedores callejeros estacionarios. Se denominan vendedores callejeros estacionarios a aquellos vendedores que desarrollan sus actividades alrededor de kioscos, toldos, vitrinas, exhibidores, carros reglamentarios, chazas, casetas y muebles reglamentarios ocupando permanentemente el mismo lugar del espacio público. Cuentan con permiso estatal y por regla general su actividad es ejercida todos los días de la semana a lo largo del día y tienen sitios definidos en los andenes o espacios públicos.

Vendedores callejeros estacionarios con kioscos o casetas en condición de arrendatarios del Municipio de Medellín.

Se denominan vendedores callejeros estacionarios con kioscos o casetas en condición de arrendatarios del Municipio de Medellín, a aquellos vendedores que tienen un contrato de arrendamiento con la Alcaldía de Medellín, de alguno de los módulos que hacen parte del amoblamiento urbano del centro de la ciudad, destinados al comercio informal.

Vendedores callejeros semiestacionarios sin permiso estatal.

Se denominan vendedores callejeros semiestacionarios sin permiso estatal, a aquellos vendedores que desarrollan su actividad en carretas, carretillas, cajones rodantes, tapetes, telas, plásticos, tablas, chazas, carros de rodillos, etc. en las que colocan sus mercancías. Tienen la facilidad para trasladarse de un lado a otro, dependiendo del lugar que consideren más propicio para su actividad comercial y ocupan transitoriamente el espacio público o diferentes sitios del mismo. Su característica especial es la búsqueda permanente de espacios públicos o la territorialización de espacios donde no haga presencia permanente o transitoria la Policía o los agentes del Espacio Público ejerciendo control, dado que no cuentan con permiso estatal para ejercer su actividad comercial.

Vendedores callejeros semiestacionarios con permiso estatal.

Se denominan vendedores Callejeros Semiestacionarios con permiso estatal, a aquellos vendedores que desarrollan su actividad en toldos, vitrinas, exhibidores, carros reglamentarios, chazas, casetas y muebles reglamentarios ocupando permanentemente el mismo lugar del espacio público. Tienen permiso estatal para ocupar algún segmento definido del

espacio público para fines comerciales durante unas horas definidas del día. También les son reguladas el tipo de mercancías que venden.

Vendedores callejeros ambulantes sin permiso estatal. Se denominan vendedores callejeros ambulantes sin permiso estatal, a aquellos vendedores que desarrollan su actividad portando físicamente en sus manos o sobre sus cuerpos los productos que ofrecen en venta, ocupando transitoriamente el espacio público en sitios específicos, desplazándose y cambiando de lugar permanentemente. Su característica especial es la búsqueda permanente de espacios públicos o el paso itinerante por espacios donde no haga presencia permanente o transitoria la Policía o los agentes del Espacio Público ejerciendo control, dado que no cuentan con permiso estatal para ejercer su actividad comercial.

Vendedores callejeros ambulantes con permiso estatal. Se denominan vendedores callejeros ambulantes con permiso estatal, a aquellos vendedores que desarrollan su actividad portando físicamente en sus manos o sobre sus cuerpos los productos que ofrecen en venta, ocupando transitoriamente el espacio público en sitios específicos, desplazándose y cambiando de lugar permanentemente. Su característica especial es la posibilidad que les brinda el permiso estatal de vender sus productos en las zonas reguladas del centro de Medellín.

De acuerdo al grado de periodicidad con que se realiza la actividad comercial.

Vendedores callejeros regulares. Se denominan vendedores callejeros regulares, a aquellos vendedores que desarrollan su actividad en días específicos de la semana o del mes, o en determinadas horas del día.

Vendedores callejeros ocasionales o de temporada. Se denominan vendedores callejeros ocasionales o de temporada, a aquellos vendedores del comercio informal que realizan su actividad en temporadas o períodos específicos del año, ligados a festividades o eventos como conmemoraciones del día del padre o madre, temporadas escolares, fiestas navideñas, temporadas taurinas, etc.

Hasta aquí, se tiene la clasificación basada en el grado de afectación del espacio público y en atención al grado de periodicidad con que se realiza la actividad comercial.

Las características socioeconómicas de los vendedores callejeros y el tipo de relaciones laborales que se presentan en el comercio callejero puede ser otra forma de clasificar las ventas en la vía pública y sus agentes en el centro de Medellín, en tanto, los testimonios de los participantes del estudio y las observaciones realizadas en los diferentes ejes territoriales del centro de la ciudad, muestran la diversidad de prácticas y relaciones patronales que se presentan con los trabajadores callejeros. Por tanto, de acuerdo a la compleja articulación que presentan las ventas y el trabajo callejero en el centro de Medellín, se sugiere caracterizarlo desde una lectura crítica que considere factores como:

- el tipo de fuentes de capital y el capital invertido

- las fuentes de suministro u origen de las mercancías
- el tipo de posesión del territorio donde ejerce la venta callejera
- el tipo de mercancías que oferta
- el carácter legal o ilegal de las mercancías que se ofertan en la calle
- el tiempo de trabajo o permanencia diaria en las ventas callejeras
- La condición de propietario, trabajador pagado en comisión por ventas, o trabajador a terceros
- La propiedad sobre varios puestos de ventas callejeras
- el número de vendedores callejeros que tenga como trabajadores a su servicio
- la relación que establece con el Estado

Esta propuesta de lectura de las ventas y el trabajo callejero en el centro de Medellín, asume una perspectiva integral del fenómeno, en tanto permite el análisis diferenciado de los sujetos históricos que participan en las ventas callejeras. Las preguntas por quién posee y controla el territorio, quién coloca el capital o invierte en la construcción de los puestos de trabajo, quién compra las mercancías, quién suministra o provee las mercancías y bajo cual relación, quién se lleva la ganancia de las ventas callejeras, son cuestiones que en su definición develan las relaciones de poder y subordinación.

Las ventas callejeras se ejercen desde un interés por la subsistencia de vendedores callejeros excluidos de los mercados formales del trabajo, pero también aparece el lucro y la acumulación de capital como objetivos para los cuales dicho trabajador es funcional, en tanto, se articula a las redes de distribución de mercancías del capital globalizado

en lo local, con la función distribuir en mercados minoristas los grandes volúmenes de mercancías que se producen por todo el mundo. Por tanto, las preguntas por los tiempos de trabajo, la condición laboral, la propiedad sobre el puesto y la relación con el Estado que establecen los vendedores callejeros son centrales en la comprensión de los objetivos de articulación de los sujetos al comercio callejero.

Algo de que vivir

Las ventas callejeras son asumidas por los vendedores participantes del estudio como una actividad donde se pueden conseguir ingresos económicos sin necesidad de contar con una formación avanzada, experiencia laboral, recomendaciones de empleos anteriores, grandes recursos económicos o un plan de negocios consolidado. Los vendedores callejeros consideran su práctica como un recurso laboral de fácil acceso y que permite a través de pequeñas inversiones en mercancías de diversas tipologías, la obtención ampliada de recursos para suplir las necesidades de existencia hasta de su núcleo familiar. Los testimonios de los participantes reflejan la situación cuando reconocen que

"la mayoría de los venteros digámoslo así son analfabetas la gran mayoría ¿por qué? Porque como no hemos tenido unos empleos, de pronto algo de que vivir nos toca ir con plantas de diez, veinte mil pesos para llevar la obligación de cuatro, cinco muchachos".
(E15/H/B-JyP/RI/C/S)

La condición de desempleo estructural que afecta a Colombia, y que se siente fuertemente en las difíciles posibilidades de empleo de los

profesionales en Medellín, presenta una dinámica poco registrada socialmente, la cual tiene que ver con la forma como sujetos calificados y con formación universitaria, están llegando a ocuparse como vendedores callejeros dada la estrechez del mercado laboral, por tanto, la necesidad y la búsqueda de estrategias de sobrevivencia son factores determinantes al momento de asumir las ventas callejeras en espacios públicos. Es decir, “el sector informal como el comercio, ha adquirido una dinámica propia que genera empleo e ingresos a sectores crecientes de la población como efecto del desenvolvimiento de la economía nacional y global, imbuida en la implementación de nuevos canales de distribución para hacer más eficiente la actividad productiva. Ahora bien, esto nada tiene que ver con la idea de que la informalidad es una solución al problema del desempleo. Lo que se quiere significar es que las actividades relacionadas con este término no son algo marginal, sino parte de un proceso concreto de reconfiguración de la economía mundial”.⁽¹²⁾ Por tanto, la formación universitaria o la formación técnica para el trabajo no son garantías para adquirir un contrato de trabajo y mucho menos para el desempeño en las áreas específicas de formación, el contexto nos muestra que las ventas callejeras cada día se convierten en un recurso laboral importante en la ciudad de Medellín.

Tal situación es comentada por el participante al decir:

"Sabemos que en la calle hay hasta abogados vendiendo mangos, hay profesores vendiendo cachivaches en la calle porque ahora la situación de trabajo está muy difícil, entonces uno no puede decir de que fulano ni que perano porque le falta cultura, porque le falta la educación sino por falta de trabajo porque no hay trabajo para nadie, esa es la situación". (E03/M/J-P/PyD/NC/NS)

La dificultad e incapacidad del vendedor informal para garantizar la educación y seguridad social de su familia, nos lleva a pensar en la precariedad y desregulación de sus condiciones de trabajo. El trabajador callejero no tiene contratos de trabajo, ni subvenciones del Estado, ni garantías laborales, el vendedor callejero trabaja para el sustento diario y por la sostenibilidad de su puesto de trabajo, la sostenibilidad familiar queda sujeta a la rentabilidad que arrojen las mercancías vendidas. Al respecto se señala que,

"Como trabajador de la calle que soy conozco muchas familias así, que trabajan con un plante de diez, quince o veinte mil pesos para poder llevar una obligación de cuatro, cinco muchachos, pagar arriendo, pagar servicios, entonces, ni modo de estudiar ni modo de pronto de pagar seguridad social nada de eso porque nosotros no podemos acceder a eso". (E01HPS)

"Si vuelvo y le digo, los plantes de nosotros son irrisorios son plantes que sí de pronto la administración ó así de pronto en momentos caóticos se nos pueden perder y ¿qué tenemos que hacer? salir a la delincuencia porque no tenemos otra alternativa". (E14/H/B-Av1°M-J/CD/NC/NS)

Despierta preocupación en los vendedores callejeros la persecución permanente y el acoso por parte de la policía y los agentes del espacio público hacia la actividad que realizan. Los vendedores que no poseen permiso estatal para ejercer su labor y utilizan un pequeño fragmento del espacio público para vender sus productos, deben realizar su actividad de forma clandestina y arriesgando permanentemente la mercancía que venden, en tanto, sí trabajan sin permiso en territorios de exceso en el control estatal como las zonas transparentes del centro de Medellín, les pueden decomisar la mercancía y quedar en la

incertidumbre, razón que puede llevar a choques, fricciones y peleas con los agentes del control del espacio público.

Trabajo en el día para comer en la noche

Trabajar en el día para comer en la noche, es la forma como los participantes del estudio significan las dificultades que se presentan para participar de otros espacios tendientes a mejorar las condiciones de trabajo de los vendedores callejeros. La inmediatez del sustento diario y la necesidad de obtener recursos para solventar su existencia, impiden y rompen los esfuerzos organizativos y formativos que realizan las organizaciones asociativas del trabajador.

Para los vendedores callejeros es necesario aprovechar cada momento del día en su actividad laboral, en tanto, una de las características de su trabajo es la incertidumbre frente a la percepción de ingresos, y aunque se tengan unos gastos fijos, nunca es claro los recursos que entran. Por tanto, se desdeña y no se aprovechan las oportunidades de capacitación para el trabajo o para el mejoramiento de la calidad de vida. Tal situación se nos revela, así:

"Ahora aquí, por parte de la Universidad de Antioquia hemos tenido cursos de salud ocupacional, hemos tenido programas de mercadeo y ventas en el ITM que nosotros lo vemos muy bien, pero es para un grupito pequeño y no para todos ¿por qué todos no pueden? Porque es que de todas formas no hay cupo para todos y los que de pronto quisieran, la misma necesidad, el día a día, el problema de nosotros es de estomago, nosotros trabajamos el día para comer en la noche y sí no trabajamos no comemos y, así de sencilla es la cosa". (E01HPS)

"El problema de nosotros es de supervivencia y nosotros aquí no tenemos ni un estudio, ni una preparación, ni una capacitación para decir que vamos a hacer comerciantes formales".
(E08/M/P-ByC/RI/C/S)

Para los vendedores callejeros participantes la supervivencia se plantea como el asunto central y condicionante de su actividad laboral, es una condición social que obstaculiza la asunción de algún proceso social, en tanto, estos se obligan a buscar consumidores y ofrecer permanentemente sus productos en los territorios de trabajo para la obtención de recursos necesarios que solventar sus necesidades. De todas formas, es necesario llamar la atención que en el caso de los vendedores callejeros semiestacionarios hay diversidad de territorios y tipologías de mercancías que también determinan el volumen de ventas, dadas las necesidades sociales y temporada del año.

Las condiciones de trabajo de los vendedores en el espacio público, son realmente precarias, su condición laboral de estar expuestos directamente a la variabilidad de los climas, a la presión permanente por parte de los agente de control del espacio público, la vigilancia y territorialización permanente de sus espacios de trabajo, aunado a la inexistencia de un régimen de bienestar y seguridad social para ellos, hace que sus condiciones trabajo produzcan un desgaste biológico en sus cuerpos.

Los vendedores callejeros no tienen ninguna garantía laboral, trabajan para su sustento inmediato y sus territorios de trabajo se caracterizan por ser territorios inhóspitos e improvisados. Los participantes del estudio lo figuran a través de una anécdota, así:

"Yo en lo personal tuve – esto en son de anécdota – tres compañeros en una esquina donde trabajábamos todos, viejos de trabajar ahí ya con edad pues, lo operaron de la próstata dos fueron por el SISBEN todos dos murieron, uno fue a una privada, al particular y el hombre esta alentadísimo ahí". (E01HPS)

"Yo al día de hoy le tomo la foto a un ventero en la calle -dígame él que usted quiera – y al cabo de un año lo vemos igualito o en peores condiciones de las que tienen ahora". (E11/M/J-M/AC/NC/S)

Los fragmentos describen claramente la imagen que tienen los vendedores callejeros sobre el desgaste físico que trae consigo el trabajo en los espacios públicos del centro de Medellín, pero también muestran la problemática de una actividad laboral que produce deterioro físico y mental, frente a la desprotección social total de los sujetos que la padecen. En ese orden de ideas, sólo les queda asumir de forma individual la seguridad social o unificar criterios y construir estrategias para obtener un régimen de seguridad social que contemple las necesidades de este colectivo humano.

La venta callejera en los espacios públicos del centro de Medellín, no es un hecho social creado por generación espontánea, ni un hecho que se reproduzca debido a la cantidad de vendedores callejeros ávidos por generar sólo ingresos económicos para su supervivencia, ni tampoco es una muestra del desorden y atraso de la ciudad. El comercio informal, y en este caso las ventas en la vía pública, también se ha convertido en una estrategia del comercio formal, a través de sus grandes empresas y distribuidores de mercancías para activar la circulación, el cambio y el consumo de sus productos, mediante el establecimiento de redes con los

trabajadores en espacios públicos que vendan sus productos y se ganen una pequeña comisión por ventas. De esta forma, se evaden impuestos y se ahorran los sobrecostos que se generan al colocar un producto en una vitrina formalizada. Tal situación es descrita por los participantes de la siguiente forma:

"Es que aquí usted ve a "Crem - Helados" a "Dunkin donuts", es que todo lo que nosotros distribuimos es lo que producen las mismas industrias de acá". (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

"El asunto con estos vendedores a terceros como Bon Ice, Crem - Helado, yo se que Bon Ice y todas esas son empresas grandes y son cantidades de trabajadores digamos, que les dan un carrito y un uniforme, y una cantidad de mercancía para vender y ellos se están ganando un porcentaje muy bajito, se están ganando un porcentaje por las ventas del día, y ellos liquidan todas las tardes, porque eso es una empresa grandísima, eso son empresas grandes". (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

Los vendedores callejeros también son unos grandes consumidores del comercio formal, en tanto, todas sus mercancías son compradas en almacenes, centros comerciales y distribuidores mayoristas que importan productos para proveer los negocios de la ciudad, dentro de los que se encuentran toda la multiplicidad de tipologías de las mercancías que se ofertan en las calles. Por tanto, el comercio callejero y el comercio formal establecen complejas redes de intercambio para distribuir, cambiar y vender productos desde cada una de sus lógicas. Es así como un participante señala:

"Es la misma piratería, los "sanandresitos" ¿De dónde la traen? ¿A quién le compramos nosotros? a los "sanandresitos" es que

nosotros aquí no somos importadores, nosotros aquí somos unos pequeños comerciantes que nos valemos del comercio formal, no entiendo el por qué el comercio formal en cierta forma ayuda para que el comercio informal no exista, sí de ellos es que comen, esto es una cadena". (E07/H/J-CyP/R/NC/NS)

Los vendedores callejeros reconocen la importancia del comercio formal para su existencia y la forma como el comercio callejero fortalece lo formal, pero sienten prácticas hostiles y poco solidarias frente a la problemática que atraviesan cada día en los territorios del centro de Medellín. Por tanto, aunque hay testimonios que muestran como algunos comerciantes formales han ayudado a los vendedores en la calle en su lucha diaria por los espacios públicos del centro, también es cierto que la práctica generalizada es la segregación que sienten por ocupar los espacios públicos contiguos a centros comerciales, entradas y vitrinas de almacenes.

De otro lado, los vendedores callejeros también denuncian la doble identidad de algunos comerciantes formales, que por un lado tienen grandes almacenes, y por el otro lado, de forma clandestina emplean vendedores ambulantes para apoderarse de los bazares que construye el Estado, para formalizar grupos de trabajadores callejeros que quieren contar con un local comercial.

Por tanto, los vendedores informales hacen llamados al Estado para que controle este tipo de prácticas, y no persiga a los vendedores ambulantes que trabajan a terceros, y que ni siquiera son dueños de las mercancías ni el mueble que llevan, el control debe realizarse sobre los sujetos que se aprovechan del comercio y el vendedor callejero para

configurar empresas. Tal situación es expresada por varios participantes del estudio al decir:

"Yo ahora lo digo, en los bazares hay mucho testafarro de los centro comerciales de los grandes comerciantes, aquí en el centro también se detecta personas que les trabajan, hay personas que tienen 10, 15, 20 trabajadores que son venteros ambulantes, ¿qué pueden hacer? y la administración a esos los sale atacar que porque ellos no pueden ser distribuidores".
(E01HPS)

"Hay una red de "empresarios de calle" que tienen un gran número de empleados a su servicio: vendedores de hamburguesas, perros calientes, papas fritas y churros".
(E12/H/P-ByC/AC/C/S)

Las redes de "empresarios de calle" aprovechan la existencia de tantos desempleados dispuestos a trabajar como vendedores callejeros en el espacio público del centro, sin importar las bajas tasas de ganancia y la inexistencia de garantías laborales, en tanto, no existe un contrato de trabajo sino una pequeña comisión por venta. Las redes de "empresarios de calle" también se aprovechan del desconocimiento y la necesidad de empleo generalizada de los sujetos que llegan en búsqueda de alguna ocupación donde devengar ingresos.

De otro lado, se convirtió en un lugar común, escuchar los fragmentos de los vendedores callejeros del centro de Medellín, cuando se refieren al cambio en las condiciones laborales en sus territorios de trabajo, y mencionan como una de las causas principales, el alto incremento de vendedores en cada una de las tipologías de venta callejera existente,

pero es significativo que la mayoría de los que llegan se enrolan en las ventas ambulantes sin permiso estatal, en tanto, es la tipología de más fácil acceso y donde se puede empezar con pequeños recursos o en la venta de mercancías de bajo precio.

Los vendedores callejeros manifiestan que la situación socio - económica que atraviesa el país, se siente directamente en las actividades que ellos realizan, la violencia en las zonas rurales e intraurbanas produce masivas migraciones del campo a la ciudad, y toda esa cantidad de sujetos llegan buscando alguna actividad económica para sobrevivir y las alternativas más accesibles son la mendicidad, la prostitución, la delincuencia o las ventas callejeras. Tal Situación crea una presión sin precedentes en los diversos territorios del centro de Medellín marcados por este tipo de trabajo desregulado. Es decir, el comercio callejero aparece como una solución económica para muchos habitantes de la ciudad que no encuentran oportunidades para emplearse en el sector formal.

Es significativo la forma como los participantes del estudio identifican las zonas rurales del país que han padecido fuertemente las dinámicas del conflicto armado, y que hoy son reconocidas por la situación de violencia que viven y por ser escenarios de expulsión y destierro masivo de pobladores así:

"Antes no había tanto ventero, es que ahora hay mucho ventero es por el desplazamiento de los campos más que todo, ahora un desplazado le pregunta uno, a los que están vendiendo limonada más que todo, limonada y agüita a "yo soy de San Carlos", "yo soy de San Luis", yo soy de tal parte, es por causa de la violencia

que hay tanto ventero ahora en este tiempo".
(E16/H/P-ByC/B/C/NS)

"Los vendedores informales están creciendo mucho por toda esta situación que estamos viviendo de violencia, desplazamiento, cada vez van a ser más los vendedores informales, la gente que va a llegar al centro a buscar formas de sobrevivir, a buscar un lugar donde poder comerciar algo como una estrategia de sobrevivencia y, a todos no les van a dar carnet porque va a llegar el momento en que el centro va a estar lleno, no van a ver más lugares y, ahora con las zonas transparentes y reguladas menos". (E16/H/P-ByC/B/C/NS)

Los participantes manifiestan su preocupación por las consecuencias de la alta proliferación de vendedores callejeros en el centro de la ciudad, en tanto, es claro que el permiso de trabajo en el espacio público no se lo otorgarán a todos los demandantes, por tanto, aumentarán las estrategias de territorialización para la venta callejera, pero también aumentarán los controles y decomisos de mercancías, situación que deteriora las condiciones de trabajo y las pocas garantías laborales que algunos han obtenido con el permiso de ocupación.

De igual forma, aumentarán las ventas de mercancía prohibida o ilegal, en tanto, es una actividad mediante la cual se obtiene un margen de ganancia más amplio de lo normal y que definitivamente es imposible de controlar, dada las dimensiones que ha tomado en las ventas callejeras del centro de Medellín.

Una práctica de venta callejera que ha venido ganado espacio en el centro de Medellín, son las ventas de mercancías ilegales como discos compactos (CDS), VCD, MP3, DVD, libros, cajas vacías de piratería, los

cuales son productos muy livianos para la territorialización del espacio público, para crear espacios de venta de forma ágil y desaparecer al acecho de la policía, tienen una alta demanda por parte del consumidor y son productos que dejan un margen de ganancia muy alto.

Es frecuente observar en el centro de Medellín, a los agentes de la Policía persiguiendo los vendedores de mercancía “pirata” y haciendo decomisos de esta mercancía, situación que es referenciada por una participante, así:

“Ah si, pero ya en ventas de mercancías, mercancías legales, ya eso ilegal, pues eso se sabe que eso de todas maneras es ilegal y que ellos están expuestos a que los persigan porque eso es ilegal, eso es ilegal aquí y en cualquier parte, entonces ellos están expuestos a eso, a que los persigan porque a ellos no les dan permiso porque es ilegal”. (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

Las ventas callejeras de productos ilegales en espacios públicos del centro de Medellín presentan los mayores grados de persecución por parte de la Policía, ya que son los únicos que pueden decomisar tales mercancías, los agentes del Espacio Público controlan las ocupaciones sobre el espacio público, los procesos de territorialización sin permiso y controlan las ventas en las zonas transparentes del centro.

Los vendedores callejeros estacionarios y semiestacionarios con permiso estatal no ven con agrado esta práctica, debido a los constantes operativos policiales y ambiente de persecución que se vive en sus territorios de trabajo, además consideran que promover y ejercer esta práctica no es justo para las empresas productoras que tienen que

pagar impuestos y con los artistas que esperan devengar los frutos de su producto creativo. Tal situación es comentada por una participante:

"eso es ilegal y no estoy de acuerdo con eso, le están quitando los derechos a una empresa digamos, a un autor, creo pues que hay mucho problema en eso". (E03/M/J-P/PyD/NC/NS)

Dentro de las prácticas que caracterizan la venta callejera de productos ilegales, se encuentran las diversas estrategias de ocultamiento en los territorios objetos de operativos policiales, caracterizadas por la creatividad y la solidaridad de los vendedores callejeros al momento de defender sus productos.

Dentro de las estrategias construidas por los vendedores callejeros de productos ilegales en espacios públicos del centro de Medellín, se encuentra lo que ellos reconocen como el juego del "escondidijo", donde el vendedor sea ambulante o semiestacionario sin permiso crea y adecua territorios para vender algún producto prohibido por el Código de Policía, pero una vez logran establecer que se viene un operativo o la policía se está pasando revista, desmontan las ventas, esconden los productos y se esconden ellos mismos, ya sea para crear el espacio en otro lugar o simplemente esperando que la policía abandone el territorio. Tal situación es narrada por los participantes, así:

"Si, los maneros se llaman, y van y buscan los sectores donde pueden estar y le juegan escondidijo al espacio público, y están aquí y los ven por allá y entonces se pasan para otra parte y así, y así trabajan y hasta les va bien, les va bien". (E13/M/J-CyP/L/NC/NS)

"Los venteros que no tienen permiso juegan escondidijo con la Policía y el Espacio Público, digamos que el espacio público está por Colombia, entonces se pasan para la otra calle, digamos para Cundinamarca, y así. Sí el espacio público está por Cundinamarca se pasan para Carabobo un ratico y así se la pasan, ah no dejasen coger, al gato y al ratón". (E07/H/J-CyP/R/NC/NS)

Otra estrategia utilizada por los vendedores informales de productos ilegales en espacios públicos del centro de Medellín, para evadir los controles policiales y de los agentes del espacio público, es la contrainteligencia o contra vigilancia, que tiene que ver con la disposición de sujetos a vigilar la llegada de la policía o del Espacio público. La estrategia se concretiza así:

"Los vendedores de CDs utilizan un sistema muy bueno, que ponen vigilantes en las esquinas, entonces cuando ven que vienen los recogedores de CDs, la policía porque a ellos los persigue es la policía, entonces se silban y un silbido de aquí [Calle Ayacucho con Carabobo] a Bolívar ellos lo escuchan, y ahí mismo se van, se esconden, y eso es mucha la carrera que tienen que pegar para que no los cojan". (E05/H/P-AvOyJ/CD/NC/NS)

En ocasiones los controles que disponen los vendedores callejeros fallan y la Policía en conjunto con los agentes del Espacio Público, logran llegar a los territorios adecuados para la venta de mercancía ilegal, y esta es decomisada.

El decomiso de mercancía es una acción usual en las dinámicas de la venta callejera y en el control que hace la policía y el espacio público de cada territorio marcado por estas actividades. Esta práctica se presenta

de dos formas, una que tiene que ver con la mercancía que decomisan los agentes municipales de control del espacio Público a los vendedores cuando se apropian de una zona prohibida para la venta callejera en el centro de Medellín, por lo general, estos decomisos se dan en zonas transparentes donde no puede haber ningún tipo de venta callejera, según las disposiciones municipales; la otra forma tiene que ver con los decomisos que realiza la policía a aquellos vendedores callejeros que son descubiertos vendiendo mercancía prohibida por el código de policía como los CDs reproducidos sin derechos de autor.

Los decomisos que realizan los agentes del espacio público deben ser devueltos al propietario, de acuerdo al procedimiento establecido por la ley, pero la mercancía ilegal decomisada por la policía no es devuelta. Tal situación es referenciada, así:

"A los vendedores de mercancías legalizadas no los persiguen casi, simplemente los hacen quitar del lugar pero no los persiguen, pues decir que a decomisar, no".
(E04/M/B-JyP/B/C/NS)

"Pero se la devuelven, sino que simplemente los castigan".
(E04/M/B-JyP/B/C/NS)

Un aspecto que llama la atención es la forma como los decomisos no representan una acción paralizante para los vendedores callejeros accionados, al contrario, una vez esto sucede, el vendedor se busca la forma de reconstruir su patrimonio para proseguir en la venta de sus productos, así:

"Toda esa mercancía que decomisan la llevan a Polo Norte en Bello, quedan retenidas tres (3) días, entonces tienen que hacer vueltas para venir a reclamar esa mercancía para poder seguir

trabajando, pero el ventero es muy ingenioso, muy recursivo, a él no se le da nada, y va, y compra otra lámina de icopor supongamos con el asunto de las gafas vuelve y arma otra vez el negocio, otra vez, y no se demora dos horas para estar trabajando, y después va por esa mercancía”.
(E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

También se presenta el caso de la previsibilidad del vendedor callejero, que reconociendo las vicisitudes e incertidumbres propias de su trabajo, deja algunos de sus productos guardados para que, en el momento de un decomiso tener con que reemplazarlos, es una especie de bodega improvisada para los momentos en que se padece un decomiso.

“Así se trabaja, nosotros tenemos que tener el capital, la reserva lo que hacíamos primero, nosotros teníamos el capital o la mercancía guardada en los guardaderos, entonces a mi me paso muchas veces que le quitaban a uno la mercancía, entonces uno iba y conseguía otra caja de cartón y volvía y armaba el chuzo y cuando veía al espacio público burlados, porque no se demoraba uno dos (2) horas para estar ahí otra vez, entonces quedaban burlados y veían que no podían hacer nada con nosotros, que era muy difícil, y después íbamos a reclamar la mercancía”.
(E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

Los trabajadores callejeros en la producción de sus territorios de trabajo y comercio de sus mercancías construyen estrategias que más que ilegales o informales, se caracterizan por la creatividad, solidaridad y compadrazgo que se concreta en redes para la gestión de la vida. Pero, esas redes no se agotan en las tramas del espacio público, también tienen un escenario de desarrollo en la acción colectiva y la asociación política.

5. TRABAJADORES CALLEJEROS: ENTRE LA ACCIÓN COLECTIVA Y LA ASOCIACIÓN POLÍTICA

El presente apartado propone hacer una lectura de los procesos de negociación política entre los vendedores callejeros y la administración municipal, develando discursos y situaciones en las cuales aparecen códigos referidos a la necesidad histórica del vendedor callejero de organizarse políticamente para conquistar colectivamente algunos derechos que se sienten vulnerados por el Estado y por las dinámicas de control que se tejen en el centro de Medellín. Es la evidencia de las prácticas de acción colectiva para la presión, diseño y concertación de programas y políticas que mejoren la condición de los trabajadores callejeros.

En tal contexto, la acción colectiva se asume como el conjunto de prácticas que dinamizan un conflicto económico, político, social o cultural entre sujetos históricos diferenciados. La acción colectiva se distancia de prácticas coyunturales o episódicas, se remonta a una perspectiva de procesos políticos, no de hechos circunstanciales. Por tanto, y de acuerdo con Alberto Melucci, la acción colectiva se considera un proceso interactivo, comunicativo y negociado⁽⁴⁰⁾. En la acción colectiva los sujetos delimitan sus referentes de identidad colectiva y rasgos diferenciales y conflictuales frente a otros sujetos en el espacio público. También, la acción colectiva implica la definición de niveles de relacionamiento y alianzas con otros sujetos, de acuerdo a la correlación de fuerzas históricas y las características del contexto.

Así, en el proceso de construcción de las identidades, que sustentan la acción colectiva, "se implican tres órdenes de orientaciones: las relacionadas con los fines de las acciones (el sentido que la acción tiene para el actor); las que tienen que ver con los medios (las posibilidades y los límites de la acción) y las relacionadas con el ambiente (ámbito en el que una acción tiene lugar)"⁽⁴¹⁾. En nuestro caso, nos referimos a los trabajadores callejeros en su escenario social: la calle y los territorios del centro de la ciudad de Medellín.

Los trabajadores callejeros han constituido diversos procesos y formas organizativas para buscar alternativas de solución a sus problemáticas como colectivo, para constituir un ente de interlocución legítimo con el Estado y para avanzar en la defensa de sus derechos e intereses como sujetos históricos de las ventas en las calles. Por tanto, esta forma de acción colectiva, estamos de acuerdo en denominarla como contenciosa, en tanto, se lleva cabo por colectivos que carecen de acceso a las instituciones y que actúan promoviendo valores, creencias e intereses no aceptados o nuevos, y que se constituyen como amenaza para la acción de los grupos reconocidos. Los movimientos sociales, como los denomina Tarrow, son la forma organizativa de esta acción colectiva contenciosa que mantiene la relación con sus oponentes o con las autoridades⁽⁴²⁾.

Por tanto, y desde la sociología de la acción, se concibe la asociación política en movimientos sociales, grupos de interés, partidos políticos o corrientes políticas, etc., como "acciones colectivas organizadas y normativamente dirigidas, en virtud de las cuales actores de clase

luchan por la dirección de la historicidad o por el control del sistema de acción histórico”⁽⁴³⁾.

El movimiento social de los trabajadores callejeros, constituido de diferentes expresiones sindicales propias y en alianza con los sindicatos del sector “formal” de la economía, delimita sus estrategias y formas organizativas con base en sus propias definiciones y opciones de su devenir; en esa definición reflexiva del colectivo, un asunto central es su relación con el Estado y sus instituciones, en términos de una cooptación a sus lineamientos o una política de enfrentamiento a sus designios.

La condición del trabajo callejero o de los vendedores en espacios públicos se diferencia del comercio capitalista formal por su situación legal, caracterizada por la descodificación e incumplimiento con el tejido normativo que exigen el intercambio de bienes regulado por el Estado. En tal contexto, el comercio callejero es tratado por el Estado como una actividad “informal” que en ocasiones se sirve de prácticas ilegales, razón que lleva a la aplicación de un régimen normativo de control y represión contra todos los agentes, que en general, configuran las ventas callejeras. En el mismo sentido, el régimen normativo de control del trabajo callejero también apela a la negociación política con los vendedores para establecer planes y programas de relocalización, sobre la base del establecimiento de acuerdos sobre los usos regulados del espacio público en escenarios como el centro de Medellín.

Es ampliamente reconocido que el proceso de control y organización de los trabajadores del comercio callejero en el centro de Medellín se ha

implementado a través de programas municipales que buscan la relocalización y formalización de los vendedores, para lo cual, en primera instancia se definió un estatuto jurídico que prohibió el comercio callejero en algunas calles del centro de la ciudad. El estatuto se conforma de: 1) calles transparentes[♦], normalizadas como vías con un uso exclusivo para la libre circulación y el disfrute del transeúnte, sobre estas calles sólo aparecen algunos módulos estandarizados de ventas estacionarias estrictamente autorizadas y controladas por la administración municipal; y 2) calles reguladas, normalizadas como vías autorizadas para el predominio de las ventas callejeras estacionarias, semiestacionarias y ambulantes autorizadas y carnetizadas. Es sobre estas vías que el estatuto de la calle en el centro de Medellín, ha relocalizado y organizado los vendedores callejeros recientemente autorizados para el ejercicio de su práctica laboral.

La normalización de las calles pretende asegurar el control del territorio y sobre todo los usos sobre él, amén de un ideal estético y proyecto de ciudad acorde a la reconversión turística de los espacios de la ciudad. Por tanto, la regulación se orienta a desplazar el comercio callejero, sobre todo en aquellas zonas del espacio urbano de fuerte carácter comercial y turístico, a través de políticas de relocalización comercial como una medida de política urbana (reordenación urbana), "para regularizar la actividad y convertir al comerciante callejero en

[♦] Han sido definidas como calles transparentes, ejes viales importantes de la ciudad como Carabobo (carrera 52, entre las calles 44 (San Juan) y la 54 (Caracas); Junín (carrera 49 desde la calle 44 (San Juan), hasta calle 53 (Maracaibo); y la avenida Oriental.

contribuyente y/o cliente político; es decir, cuando se combina la reordenación urbana con procesos políticos electorales, se propicia su desaparición formal”⁽¹⁰⁾.

Otra forma de normalizar las ventas callejeras fue a través de la represión como forma de relación de la Policía y los agentes del espacio público contra los trabajadores callejeros. Las prácticas represivas se daban a través del decomiso temporal y permanente de mercancías, la persecución por las calles del centro para evitar la territorialización de espacios, el robo de las mercancías en los operativos de decomiso, los operativos para levantar las chazas y puestos improvisados de los vendedores, el maltrato psicológico y provocación verbal, las riñas y peleas por la confiscación y defensa de las mercancías, y las redes de defensa de los compañeros trabajadores callejeros que se configuraban para defender a cada uno de los compañeros/as que ocasionalmente entraban en contradicción y pugna con los agentes del control.

La propiedad transitoria sobre el territorio también era motivo de disputa con los agentes del control, pero también entre los propios vendedores callejeros, en tanto, en un comienzo el territorio era del primero que llegará, pero luego se creó la necesidad de una garantía en la defensa del territorio, y es allí donde aparecen los agentes de vigilancia privada para la salvaguardia de los puestos y mobiliarios de ventas, pero también aparecen las preguntas por la asociación y acción colectiva que los llevará a establecer una interlocución con el Estado que abriera un proceso de discusión sobre los vendedores callejeros, sus formas de trabajo y la represión estatal contra este colectivo.

“Los venteros ambulantes fueron vistos y tratados, por los entes gubernamentales, como una amenaza a la estructura social; razón por la cual, se generó, como alternativa única, el control policivo y represivo; y es, en este momento, que aparecen las discusiones sobre el derecho al trabajo para estas personas y el derecho al espacio público”⁽⁵⁾. Son diversos los discursos y situaciones en los cuales aparece la necesidad histórica del vendedor callejero de organizarse políticamente para conquistar colectivamente algunos derechos que se sienten vulnerados por el Estado y por las dinámicas de control que se tejen en el centro de Medellín.

En un primer momento, los vendedores callejeros sintieron la necesidad de buscar un reconocimiento de parte de la administración municipal, el cual les permitiera interlocutar como sujeto político,

“Entonces, con esa necesidad y viendo la problemática que había aquí en la calles nos dimos a la tarea veintisiete personas acogiéndonos a una idea que tenía la administración, - organícense y concertamos - entonces nos organizamos 27 personas creamos un sindicato con apoyo de la Central Unitaria de Trabajadores (CUT) y fuimos a las dependencias del espacio público, empezamos los diálogos pero eso fue tortuoso, fue duro”
(E01HPS)

Los vendedores callejeros se sentían totalmente desprotegidos, su oficio no contaba con garantías jurídicas que les permitieran protegerse frente a los problemas que representaba la toma de un espacio público para la venta de mercancías, por tanto, ellos consideraban que,

"nos estábamos durmiendo, estábamos dormidos prácticamente porque por eso ellos hacían lo que les daba la gana con nosotros porque no había un respaldo, no había conocimiento de nada, no había nada" (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

Uno de los problemas más graves que más aquejaban a los vendedores callejeros era la pérdida de las mercancías, después de que pasaban los operativos, los agentes del espacio público o la Policía Nacional no respondían por las mercancías decomisadas y, para el vendedor eso se fue convirtiendo en una situación insostenible, hasta que el descontento social emergió y se organizaron con una idea principalmente,

"la idea de nosotros era de pronto darnos a un reconocimiento por parte de la administración, debido a que a nosotros nos hacían decomiso de mercancías, nadie quien respondiera por eso y las mercancías nos las decomisaban aquí por decir algo en Colombia con Carabobo, y andaba dos cuerdas y ya estaba la mitad de la mercancía, nos la saqueaban la misma administración" (E01HPS)

Los problemas fueron aumentando, las relaciones con los agentes controladores del espacio público y la policía se fueron complejizando, aparecen nuevos intereses y necesidades de los vendedores callejeros, pero también se fue concretando más el proyecto de ciudad turística y comercial excluyente, lo cual fue incrementando las contradicciones,

"muchos problemas, muchas quejas, por eso a mí se me hizo el sindicato muy grande porque yo ya no podía con los problemas, ya no podía con los problemas" (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

La dinámica política de los vendedores callejeros ha sido creciente, las asociaciones crecen, se multiplican, se especializan y van ganando

interlocución y espacio político con la administración municipal, situación que fue llevando a un reconocimiento paulatino del problema de los trabajadores en espacios públicos, a la negociación de fórmulas para disminuir el fenómeno, pero también a la creación de planes de contingencia para carnetizarlos, reubicarlos y organizarlos en el centro de Medellín. Por tanto, manifiesta un participante *"al sol de hoy puedo decir que tenemos 2700 afiliados aquí al sindicato, hay 1400 ya con un reconocimiento mediante una escarapela que da la administración municipal para poder laborar en las calles de Medellín con un mínimo de orden, o digámoslo así, para ellos con un mínimo de orden, para nosotros con un máximo de orden"* (E01HPS)

Los vendedores callejeros sindicalizados o agremiados en sus estructuras organizativas, vislumbran dicha estrategia como una forma contundente y válida para ganar reconocimiento y presionar salidas negociadas con la administración municipal, de igual forma, se preocupan por cumplir con los pactos realizados y reducir al máximo sus puntos débiles como organización.

"entonces ahora con el sindicato estamos tratando de ganar en credibilidad, de ganar en orden y demostrarle a la administración que con los venteros sí se puede, y, aquí en estos momentos vuelvo y le digo tenemos 1400 (venteros) con escarapela para trabajar en las calles de Medellín, obviamente, con un mínimo de requisitos que pueden ser unas medidas lógicas, con un aseo, unos requisitos que la misma administración coloca, y hasta ahora creo que hemos llegado pues digamos a mostrarle a la administración un orden" (E01HPS)

De igual forma se evidencia en los vendedores informales agremiados, una preocupación por mostrar posibles salidas que beneficien a todos los sujetos implicados, con una idea de ciudad,

"nosotros aquí montamos el sindicato con el ánimo de ser el sindicato más representativo no en problemas sino en soluciones y demostrarle a la administración que con el ventero sí se puede y que orden si hay, pero necesitamos que la administración se fije en esto y en vez de darnos garrote venga, miremos, ¿qué se puede hacer? ¿Qué se puede clarificar para un futuro? (E01HPS)

Otra práctica importante en el análisis de la asociación política son las relaciones que se establecen entre sindicatos y estructuras organizativas de los vendedores callejeros, en tanto, entre ellos mantienen relaciones y demuestran una claridad política en los problemas comunes que comparten,

"la idea de la UGT es tratar de con los otros sindicatos –y ya le hemos vendido la idea a varios y ellos la comparten – es llegar unificados...estamos tratando de conformar un frente común, aquí hay 15 organizaciones más o menos reconocidas por la administración, de las cuales hay un bloque por ahí de 7 organizaciones que estamos trabajando todas y estamos bregando por unificar. (E01HPS)

El contexto evidencia un levantamiento organizativo de los vendedores callejeros del centro de Medellín, el establecimiento de redes comienza a funcionar para sus objetivos políticos e intereses históricos articulados al reconocimiento por parte del Estado. La búsqueda de otro estatuto sobre el uso del espacio público y las ventas callejeras les permitirá disminuir los niveles de represión, la incertidumbre en la ocupación del territorio, la propiedad transitoria sobre sus mercancías, en últimas las exiguas garantías de su práctica laboral.

Las redes de organizaciones de los vendedores callejeros hicieron posible que la administración municipal pusiera en marcha un programa

de reordenación del comercio en la vía pública (ubicación en plazas comerciales), para regular y normalizar, a pesar de que resulte operativamente insuficiente. Por otro lado, esta reordenación virtualmente significa reconocer la potencialidad económica y social del comercio callejero. Dentro de la pugna por la territorialización del espacio público, se resalta el esfuerzo histórico que realizaron los Sindicatos de trabajadores y vendedores callejeros a través de sus asociados y la invitación generalizada a todos los vendedores de calle del centro de Medellín, para que ejercieran presión por los permisos temporales para trabajar en el espacio público. Dicha acción rápidamente consigue establecer una interlocución con el Estado, y se le concede al sindicato la facultad de organizar sus afiliados en los sitios que han venido trabajando con su respectivo carnet.

El proceso de organización de los vendedores se dio sin mayores problemas y se logró que los líderes gremiales ubicaran la gente.

"A mí me tocó ubicar Carabobo, Pichincha, Cundinamarca, parte de Colombia, me tocó ubicar mucha gente y donde los ubiqué ahí están, ya cada uno pidió su puesto en el carnet y ahí quedaron".
(E01HPS).

Los vendedores callejeros también advierten que el hecho que existan lugares privilegiados y de mayor movimiento para la venta callejera, ello no generó problemas a la hora de la organización, los vendedores se mantuvieron en los lugares que habían venido ocupando transitoriamente desde hacía varios años. Situación que muestra el esfuerzo organizativo y en formación de los sindicatos.

6. PROYECTO URBANO Y TRABAJO EN LAS CALLES: ENTRE EL CONTROL Y LA NEGOCIACIÓN

El presente apartado muestra la interpretación y lectura que hacen los trabajadores callejeros del centro de Medellín, sobre la forma como se materializan las políticas públicas frente al uso y ocupación del espacio público y el proyecto urbano de ciudad frente a la territorialización que hacen los vendedores de la calle en la configuración de territorios de venta callejera.

Desde este capítulo se da cuenta de la forma como la ciudad urbanizada, articulada al discurso de la modernización se instaura en un escenario de poder autoritario, donde lo que se puede hacer, ya está, supuestamente escrito. La ciudad así se nos aparece como un conjunto de espacios marcados por un ideal estético, ordenados, codificados, normalizados, reglados y controlados, sin límites para acoger la diversidad de relaciones y prácticas que se crean en el espacio público.

Este capítulo se construye reconociendo la política pública como “el conjunto de sucesivas iniciativas, decisiones y acciones del régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas y que buscan la resolución de las mismas o llevarlas a niveles manejables. Por ello se puede plantear que hay un nivel de incertidumbre en la política pública a pesar de considerar que el objeto de cualquier propuesta de política es controlar y dirigir cursos futuros de acción, que es la única acción sujeta a control. La política pública es la concreción del Estado en acción, en movimiento frente a la sociedad y sus problemas”⁽³⁸⁾.

En este escenario de comprensión, las políticas públicas se erigen como marco de regulación estatal, se construyen ampliamente con la participación de los factores reales de poder que intervienen, se relacionan o tienen intereses en la forma como se controla el uso de los espacios y se define el espacio público. Por tanto, aunque dichas definiciones estatales pasen por un amplio debate y generación de opinión pública al respecto, ello no significa alteración de los principios estatales o del régimen jurídico – político del Estado, las políticas públicas desarrollan el marco constitucional que fundamenta a los Estados en algún momento histórico. Es decir, las políticas públicas no contradicen sus presupuestos constitucionales o de concepción estatal, son una forma de concretar en regulaciones específicas la acción del Estado.

En esa medida, las políticas públicas reflejan los intereses y tendencias políticas que se juegan en una sociedad, en tanto, desde sus marcos se incluyen unas prácticas y proyectos de ciudad, pero se excluyen y segregan otros órdenes y procesos urbanos que en su momento adquieren características alterativas frente a los colectivos e intereses hegemónicos, defensores del statu quo y de cambios que no trastornen su concepción de ciudad.

Las políticas públicas son un escenario de colisión de intereses de distintas lógicas y sujetos históricos, pero ellas en últimas responden o perfilan una idea o proyecto de ciudad que puede “ser un plan estratégico, o un plan de desarrollo o de ordenación territorial, o un programa de actuación municipal apoyado en un amplio consenso, o un catálogo coherente de actuaciones concertadas con el gobierno de la

nación. También puede darse un marco general con un planteamiento urbanístico global de las obras relativas a un gran evento o de la reconversión de un conjunto de áreas estratégicas (puerto, estaciones de ferrocarril, etc.) o industriales obsoletas, o de la ejecución de un plan ambicioso de accesos y enlaces, etc”⁽³⁹⁾.

Ahora bien, el escenario de colisión de intereses, lógicas y sujetos históricos que se presentan frente al fenómeno de las ventas callejeras en espacios públicos, ha sido ampliamente descrito a lo largo del presente trabajo, sin embargo, es necesario reiterar y ampliar la lectura y análisis del conflicto entre el derecho al espacio público y el derecho al trabajo, aspectos que las diferentes iniciativas de política pública han pretendido, y aún pretenden regular.

Pero, ¿en qué radica la incapacidad política del Estado para resolver el conflicto entre el derecho al espacio público y el derecho al trabajo? ¿Acaso es muestra de una incapacidad, o por el contrario es el fundamento de las ciudades capitalistas transnacionales?

Las diferentes políticas públicas donde el Estado ha tomado posición y acción en la regulación de la serie de conflictos que dinamizan las ventas callejeras en espacios públicos, no han resuelto de forma definitiva dicha problemática, a lo sumo, han establecido diversos controles que prontamente son burlados por los trabajadores callejeros, frente al crecimiento y potenciación de sus prácticas sociales en la calle.

El Estado ha establecido en sus políticas públicas planes como:

- Caracterización y regulación diferenciada de las calles de la ciudad
- Disposición de mobiliario comercial en el espacio público para entregarlo en alquiler a trabajadores callejeros
- Creación de una Fuerza Coercitiva diferente a la Policía, para el control del espacio público
- Decomiso de mercancías que es vendida en lugares prohibidos por la norma
- Identificación y carnetización de trabajadores callejeros para la legalización de algunos territorios de ventas en el espacio público
- Mesa de concertación política con los vendedores callejeros y sus organizaciones
- Construcción de Bazares Comerciales para la formalización de trabajadores callejeros;

Este conjunto de iniciativas y planes no han logrado resolver los conflictos descritos, las problemáticas cada día crecen, se complejizan y refuerzan la incapacidad del Estado para resolver la tensión entre el derecho al espacio público y el derecho al trabajo. De hecho, aunque el Estado haya promovido una mesa de concertación política con los trabajadores callejeros, este espacio no ha logrado avanzar en la concertación de una política pública, o de un marco de regulación del conflicto, a lo sumo, el Estado concertó el plan de identificación y carnetización de vendedores callejeros que hoy cuentan con un espacio reconocido y legalizado, pero el gran problema se suscita con los miles de vendedores callejeros que no cuentan con un espacio, ni muchos menos con un reconocimiento estatal para ejercer su actividad, en

tanto, la dinámica es tan abrumadora que el Estado no puede reconocer a todos los trabajadores callejeros, pues, no habría lugar del espacio público libre para dar un paso.

Pero, ¿Cuál es el marco socio – histórico que lleva a este contexto de incapacidad estatal?

El desempleo estructural de la sociedad colombiana agravó sus dimensiones con la desregulación de la precaria economía nacional y la consecuente flexibilización laboral que trajo la intensificación del neoliberalismo a partir de la década del 90. En el mismo sentido, el recrudecimiento del conflicto armado y su intensa producción de desterrados del campo a la ciudad y de forma intraurbana, ha creado una emergencia humanitaria que profundizó las contradicciones y problemáticas que se presentan en las calles de una ciudad como Medellín. Por tanto, ‘‘La aceleración del desempleo, las ventas ambulantes, la ocupación del espacio por los desplazados y los habitantes de la calle, son manifestaciones de las crisis económica y social que vive el país. Las ventas ambulantes (estacionarias y realmente ambulantes) han venido creciendo de manera visible, expandiendo la ocupación de espacios públicos de la ciudad (vías públicas, bajos del metro, parques, etc.) lo cual se siente en cada semáforo con la venta de frutas, cigarrillos, confites, galletas, lavada de vidrios, etc. (...)’’⁽³⁶⁾

En este contexto, la política pública para la regulación de las ventas callejeras en Medellín, ha adolecido de un proceso participativo que implique la participación activa y concertación con los trabajadores

callejeros, en tanto, como se muestra, estos sujetos no tienen características homogéneas, ni están bajo la misma situación, y como ha sucedido, el Estado hoy puede concertar un marco de acción con unos vendedores, pero día tras día seguirán llegando sujetos desterrados o excluidos del régimen socio – económico, con la necesidad y el saber necesario para continuar transgrediendo el marco jurídico y territorializando espacios para las ventas callejeras. Así, la política pública es rebasada por una dinámica social profundamente conflictiva y excluyente.

La política pública queda reducida a un conjunto de principios de ética pública, a un marco de regulación social inaplicable que se convierte en un manual para la coerción de las ventas callejeras, por tanto, ‘El sistema jurídico referido al proceso territorial presenta vacíos y no se cuenta con herramientas para concretar los conflictos por usos, así como en conflictos territoriales armados. No son claros los instrumentos legales para proteger los habitantes ante otras fuerzas que cuestionan su presencia (en casos de desplazamiento forzado, impacto por obras urbanas, ocupación del espacio público, tensiones entre distintos asentamientos de vivienda, etc.) Por el contrario, podría decirse que el marco actual respalda las fuerzas institucionales y económicas vigentes y dominantes, y que no asumen una resolución participativa y concertada de los conflictos, en la que prime la conciliación con los habitantes afectados y con las fuerzas que existan en el territorio’’⁽³⁶⁾.

En últimas, el Estado termina por imponer una política pública que garantice unas condiciones mínimas a los trabajadores callejeros que ha reconocido y carnetizado, pero a su vez, asumiendo un estatuto riguroso

frente a los vendedores que intentan apropiarse de los territorios regulados. Es decir, "la política pública no siempre se propone solucionar un problema de manera definitiva (independiente de lo que en la parte discursiva de la política se mencione). La mayoría de las veces sólo pretende llevarlo a una situación 'manejable' es decir, que se ubique en un rango de tolerancia de dicho problema"⁽³⁸⁾. ¿Acaso esta ha sido la vía aplicada para el caso de Medellín?

Así, es menester rescatar las voces escondidas, perdidas y excluidas del manual de intereses políticos que exponen las políticas públicas, para reconocer a los otros y lo otro, esas otras lógicas de sentido y necesidades históricas que marcan con otros proyectos de ciudad sus vidas y la trama social.

En el reconocimiento de ese otro, aparece el trabajo callejero como sujeto marcado por unas condiciones de trabajo desreguladas y descodificadas de las lógicas de los códigos laborales; por una ciudad amarrada a un concepto de estética que amenaza la existencia de prácticas alterativas en el espacio público; por un Estado que no reconoce las causas de un problema que lo desborda en su intención normalizadora, y que no sólo se resuelve con la formalización de las ventas callejeras; y una ciudad con una trama urbana prolífica en conflictos que dinamizan y complejizan la vida urbana.

Realizaremos un acercamiento a la forma como los vendedores callejeros se ven frente a las diversas acciones y relaciones que establecen con el Estado, y cuál es su postura crítica y sus criterios de acción.

Empleo digno, en condiciones dignas

Al momento de hablar de las ventas callejeras aparece una paradoja para el Estado encargado de garantizar el espacio público para toda la ciudadanía, y de controlar las infracciones que se cometan en su uso y ocupación. Por tanto, se presenta una colisión de derechos constitucionales, en tanto, al garantizar el libre disfrute del espacio público ¿Quién le garantiza a los vendedores callejeros empleo digno en condiciones dignas?, y no se trata que las ventas callejeras en espacios públicos sean el mejor ejemplo de empleo digno en condiciones dignas, pero ante la dificultad estatal de garantizar empleo a la ciudadanía, éste debe mediar o hacer acciones para que tampoco restrinja las pocas posibilidades que impulsan los sujetos para subsistir.

Tal situación es reconocida por un participante del estudio.

"Nosotros somos según lo cataloga espacio público, nosotros somos infractores del espacio público, nosotros no debemos estar ahí, pero también sabemos por la Constitución Nacional que el Estado debe velar por un empleo digno en condiciones dignas para nosotros, pero...". (E01HPS)

Los vendedores callejeros sienten que para el Estado es mucho más fácil y cómodo emprender acciones para garantizar el espacio público a través del control sobre el vendedor callejero y sus territorios, pero a la hora de garantizar condiciones de empleo dignas a la ciudadanía, se queda corto en intenciones y proyectos, siendo más factible para sus resultados ejecutar acciones represivas que ni acaban con el problema, pero si inauguran un proceso de colisión permanente entre vendedores

callejeros y la Policía que *"Sí hacen represión más sin embargo en las soluciones que la ciudadanía en general requiere no lo hacen"*. (E05/H/AvOyJ/CD/NC/NS)

Por otro lado, la administración municipal fundamenta acciones en contra de los vendedores callejeros por la forma como "afean" y "empañan" la imagen de la ciudad, con los diferentes elementos que se usan para disponer y territorializar un espacio público en el centro de Medellín. Sin embargo, los vendedores callejeros sienten segregación y exclusión ante las posturas estéticas que los consideran como un elemento deslucido del mobiliario urbano, en tanto, es una forma de burlarse de la propia realidad que él mismo es incapaz de solucionar.

El vendedor callejero considera que para las políticas públicas locales es más importante que la ciudad se vea limpia y vacía, pero no se plantea nada para resolver los problemas de hambre y miseria que padece la ciudad. Por tanto, dada la dimensión y relación excluyente que el Estado establece con los vendedores callejeros, estos no darán pasos atrás que impliquen retroceder en las pocas conquistas laborales obtenidas, así le multipliquen las fuerzas de control. Por tanto, reconocen que los agentes estatales.

"hablan en estética de ciudad que es que el ventero la afea porque lastimosamente la administración sino es capaz de solucionar el problema de los venteros, sí es incapaz de combatir al ventero porque, aquí se lo digo, pueden colocarnos el ejército o lo que quiera y aquí con el ventero no son capaces, porque es que el problema aquí es de estomago, es de sobrevivencia, de supervivencia" (E15/H/B-JyP/RI/C/S)

"Nosotros miramos aquí que de pronto Medellín va creciendo, va fortaleciendo y se ven muchas obras, muchas cosas, pero aquí la economía informal...". (E08/M/P-ByC/RI/C/S)

Se reconoce que la ciudad está pasando por un proceso de reconversión urbana, por la construcción de nuevas infraestructuras, espacios para la cultura y el esparcimiento y zonas deportivas, pero no se piensa en los problemas reales de la población más vulnerable y necesitada de la ciudad de Medellín, sino en las posibilidades de apertura turística para Medellín, por tanto; los trabajadores callejeros consideran que *"Aquí para ellos es ver bonita la ciudad, haber un espacio público o que los andenes estén vacíos pero a costa de qué, del hambre y de la pobreza de mucha de la gente acá"*. (E15/H/B-JyP/RI/C/S)

Para los vendedores callejeros hay algunas cosas que evidencian la inexistencia de una política integral que busque soluciones a sus necesidades y de la ciudadanía en general, las soluciones que se han ejecutado para organizar y ofrecer garantías laborales y oportunidades de negocios para los vendedores callejeros, han fracasado por problemas de estudios técnicos, improvisaciones y falta de concertación con los sujetos implicados.

El vendedor callejero reclama que las políticas públicas lo asuman como una realidad social y que estas se construyan de forma participativa con cada colectivo implicado, ellos no tienen por qué estar ausentes de las discusiones sobre la forma estética de la ciudad, sobre la organización de las ventas callejeras, sobre la disposición de mobiliario en zonas reguladas, etc. Decisiones que afectan sus experiencias de vida y que

son tomadas por otros sujetos, configurando otra exclusión que deriva en despilfarro público y perpetuación pasiva de las ventas callejeras.

Tal situación es explicitada por los participantes del estudio, así:

"Sí ven que nosotros afeamos la ciudad que con los plásticos, con las cajas con todo esto se ve tugurizado Medellín, porque la administración viendo el problema no lo enfoca, y en vez de construir elefantes blancos como han sido los bazares que hablaban de cuatro mil millones de pesos cuando se construyeron los bazares, porque eso no lo invierten dándole más estética y más presentación ¿en qué? uniformar al ventero, buscar un mínimo de orden en sus chazas, entonces, colocarlos ahí lo mismo que han hecho con estos módulos, porque no colocan otros módulos más pequeños para que haya más espacio para los venteros y, que ellos mismos vayan aportando"
(E14/H/B-Av1°M-J/CD/NC/NS)

De otro lado, los vendedores callejeros sienten que la ciudad no tiene que avergonzarse de ellos, ni esconderlos, sino que es menester pensar la venta callejera como un atractivo turístico más de la ciudad, pero eso demanda inversión y preparación, a lo sumo, el deseo de visibilizar sus realidades, la pretensión de aprovechar capacidades y potencialidades de un colectivo humano.

Es así como para los vendedores callejeros es importante:

"que no nos vean a nosotros como los cochinos, como los que creamos el caos aquí en el centro, sino que nos vean, que vean la ciudad del turista como lo quiere ver aquí la administración, de que sea para el turista o así, que pueda convivir el ventero y el turista y que nos vea como un adorno de la misma ciudad, como

un beneficio para la misma ciudad y que no nos vean como el problema". (E14/H/B-Av1°M-J/CD/NC/NS)

Uno de los objetivos que más se plantean dentro de las políticas relacionadas con la venta callejera, tiene que ver con el paso de lo informal a lo formal, o la regularización comercial, es decir, la conversión paulatina de la venta callejera en espacios públicos hacia posibilidades de crecer en el comercio formal. Donde, aunque ha sido una constante histórica que en los planes y proyectos diseñados para el paso de lo informal a lo formal, estén fracasados o se desvirtuaron en otros usos, pero no se ha cumplido con el propósito de convertir vendedores callejeros en trabajadores formales con su propio negocio y local comercial. Y, *"Lo que pasa es que aquí la administración siempre dice no, en todo programa es pasar de la informalidad a la formalidad". (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)*

Los vendedores callejeros han considerado necesario que las soluciones de reubicación consideren estrategias de comercialización de los productos e incentivos al consumidor, para evitar construir edificaciones con un fin que no pueden cumplir, porque ni siquiera cuentan con el beneplácito de los sujetos implicados en la actividad comercial. Un ejemplo histórico es narrado, así:

"Fue la peor alcaldía que ha habido, Juan Gómez fue el que construyó los puentes, construyó los bazares de San Antonio, pues todos los bazares, creyó que allá nos iba a encerrar como animalitos sabiendo que por ahí no pasa gente y uno lo que busca es la afluencia de la gente para poder vender". (E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

"Los locales comerciales ninguno ha servido, los locales comerciales que hicieron para los venteros informales, pues ninguno da rendimiento todos están solos, porque que van a hacer

con un ventero a encerrarlo allá para que se muera de hambre”.
(E02/M/P-ByC/RyC/C/S)

La experiencia histórica muestra el fracaso que ha significado para los vendedores callejeros como para la ciudad, la construcción de los bazares en varios sectores del centro de la ciudad, los cuales hoy se encuentran subutilizados y no aportaron ninguna solución a los vendedores callejeros ni tampoco lograron formalizar el número esperado de negocios. Tal situación es explicada por un participante del estudio, así:

“Hay en estos momentos unas soluciones que las muestran ellos como el gran maná para los venteros como es los bazares, el programa bazares que al sol de hoy es un elefante blanco es un total fracaso, el bazar de los puentes, el bazar Bolívar, el bazar Juanambú, el bazar San Antonio, el bazar de los libros en el cual tenemos la oficina, están a un 20% – 30% a ocupar, con bazares que se construyeron hace 10, 12, 15 años”. (E01HPS)

“Al día de hoy como ventero creo que ha sido más negocio para los alcaldes o gobernantes en turno que para el mismo ventero, al ventero lo han utilizado porque vuelvo y le digo, los bazares fueron contruidos con un ... nos hablaban en ese entonces de un aporte del PNUD, del IDEA, del Plan Colombia, de la Alcaldía y en estos momentos eso está a medio ocupar, por decirlo así, y hay gente que la mayoría de los que hay ahí son pensionados ó tienen otras entradas pero nunca son venteros”. (E01HPS)

Para los vendedores callejeros, una política de reubicación y paso de lo informal a lo formal debe ser integral y estar acompañada de un componente formativo previo, para que el vendedor aprenda a desenvolverse en el mundo desconocido de lo formal, que funciona bajo

otras lógicas menos inmediatistas y más de mediano y largo plazo. Continuar ejecutando las propuestas de reubicación y formalización como con la pasada experiencia de los bazares, sería promover las redes de vendedores callejeros y la apropiación de comerciantes formales de los locales y mobiliario dispuesto por la municipalidad, es decir:

"Al día de hoy ustedes pueden colocar un ventero en el Centro Comercial Pichincha – Maturín en el Hueco, entonces allá con las ventas que tiene se quiebra ¿por qué? Porque es que el hombre no está concientizado, no está capacitado ¿ahí que llegaría a hacer? llegaría a meter otra persona y ser un testaferro de esa otra persona, entonces aquí va ser él siempre, siempre explotado, porque no hacemos una política de capacitación, de divulgación y que mostremos el verdadero enfoque de para qué es". (E01HPS)

De otro lado, la falta de claridad y control de los objetivos de los programas de reubicación y formalización de negocios, ha llevado a que los espacios y mobiliario del programa sean utilizados en otras actividades diferentes como:

"Pero no sé cuantos módulos serán los que hay aquí porque hay mucho modulo que figura ahí, pero no se trabaja son sanitarios públicos". (E09/H/E-AyC/C/C/NS)

"Hay casos de vendedores informales que han sido reubicados en los bazares construidos por la alcaldía de Medellín y que tras convertir sus locales en bodegas vuelven a las calles" (E07/H/J-CyP/R/NC/NS)

Para los vendedores callejeros es relevante la forma como los funcionarios del Estado los consideran, en tanto, es imposible que exista un diálogo fluido con alguien que de entrada no reconozca al otro como

sujeto social. Las respuestas coercitivas y represivas que en distintas ocasiones se les ha dado a los reclamos de los vendedores callejeros, tienen que ver con la forma excluyente como se concibe el problema de la venta callejera en espacios públicos.

Tal situación es manifestada por los participantes del estudio, así:

"Sí llega aquí al fondo donde estamos nosotros, siempre nos ven como los conflictivos, como los problemáticos, como los bochinchosos; aquí hay secretarios de gobierno que han dicho que detrás de nosotros van las prostitutas, van los ladrones, van los jíbaros, y a nosotros nos han visto siempre como la escoria, como lo peor". (E01HPS)

Los momentos que más han requerido de serenidad y manejo político por la vía del diálogo y la concertación, han sido cuando se han presentado las respuestas más beligerantes y represivas de parte de la administración, así:

"Se agarraban entre ellos mismos ¿y la administración qué hacía? sacar más y más represión pero nunca concertar, y dialogar, y mirar, y enfocar bien el problema ¿por qué se debe? ¿A qué se debe?". (E01HPS)

"La idea no es como lo hace aquí o como lo dice un secretario de gobierno, "sí me toca meterle 3, 4 mil hombres yo se los meto para que a ustedes los saquen", entonces nos hablan de represión pero bueno". (E01HPS)

Por otro lado, se presenta una incoherencia por parte de la administración municipal, que por un lado reclama una forma de

relación concertada y dialogada de parte del vendedor callejero, pero a la hora de un decomiso o de atender al reclamo como colectivo social, la respuesta es militar y represiva, en desmedro de toda la confianza construida entre ambos sujetos sociales. Tal situación queda clara, cuando se dice:

"A mí me llama mucho la atención un folleto, en el que nos daban a nosotros lo que pretendía espacio público lo que quería la administración, y decía "tomad los medios de concertación y diálogo antes de tomar las medidas coercitivas y represivas" pero aquí hacen todo lo contrario, primero son las represivas y, si no se alborota nadie sigamos así ¿dándole a quien? a los mismos defensores, a los mismos policías, a los mismos convivir, para que lastimosamente vivan de nosotros porque la mercancía nos la quitan, nos la roban y ¿quién responde?" (E03/M/J-P/PyD/NC/NS)

Los vendedores callejeros reclaman que los agentes del espacio público no sólo deben estar para reprimir y controlar, sino que asuman una actitud formativa y concertadora con cada ciudadano, acorde con las políticas municipales. Es así como uno de los participantes comenta:

"Sí aquí hubiera una política clara de espacio público, no de ataque, no de reacción ante esto sino de capacitación, de concertación yo creo que Espacio Público fuera un éxito". (E06/H/B-JyP/Ch/C/NS)

"Sí aquí están hablando de políticas de paz y de todo esto, por qué no tratan de mirar a la persona que está trabajando, por qué le colocan a otro vago a que esté jodiendo, yo creo que aquí la administración debe tomar medidas, de organizar, de mirar". (E09/H/E-AyC/C/C/NS)

Legalización de permisos: ya cedieron

Para los vendedores informales el hecho de contar con un permiso para ejercer tranquilamente la venta en espacios públicos del centro de Medellín, es un asunto que ha modificado de forma sustancial las condiciones de trabajo en los territorios del centro. Es importante reconocer el esfuerzo realizado por los sindicatos de vendedores callejeros que se pelearon la posibilidad de organizar las ventas en el espacio público para expedir permisos y hacer un control sobre el manejo del espacio cedido.

Es importante reconocer que la Alcaldía vio el funcionamiento ordenado, dispuesto, y controlado por los sindicatos y se atrevió a carnetizar los vendedores callejeros que ya estaban establecidos en sus territorios.

Hoy, es imposible expedir permisos para todos los vendedores, pero habrá que pensar soluciones creativas y dignas dada la cantidad de los que trabajan en el centro de Medellín. Tal situación es comentada, así:

"Antes no existían los permisos, es que los permisos son de hace por ahí tres años, yo creo que tal vez menos. Ningún ventero tenía permiso, sólo los que tienen alquilados los cubículos, los cubículos no más, sólo los cubículos, pero trabajábamos con el permiso de los carnet de los sindicatos, ya después fue que se cobijó, se unió la alcaldía, espacio público y todo, entonces ya se unieron y de la mano se ha ido trabajando, ya cedieron". (E13/M/J-CyP/L/NC/NS)

Los vendedores callejeros consideran un asunto de vital importancia, la elaboración de diagnósticos socio - económicos que brinden información veraz sobre sus realidades socio - económicas. El levantamiento de esta

información puede servir como línea de base para diseñar programas y proyectos con sentido para este colectivo humano. Este sería un primer paso en la construcción de políticas públicas que consulten las realidades de los colectivos y considere sus alternativas y propuestas.

7. LECCIONES APRENDIDAS

En este trabajo se describieron algunos procesos de territorialización que construyen los vendedores callejeros en espacios públicos del centro de Medellín, además se presentaron las diversas prácticas y procesos sociales que ellos establecen en sus territorios de trabajo.

La construcción y el discernimiento de los datos que componen el armazón conceptual, epistémico y experiencial de cada uno de los capítulos y apartados del informe de este proceso, se construyó con fuentes orales, a partir del rescate de las voces perdidas o silenciadas de los sujetos de esta historia. Los trabajadores callejeros encontraron en cada una de las entrevistas y conversaciones informales sostenidas en los territorios de venta callejera, una forma de construir la memoria colectiva de los vendedores y de visibilizar sus vivencias, representaciones, imaginarios y sueños frente a las ventas callejeras y el cúmulo de conflictos que subyacen estas prácticas.

El trabajo realizado y las relaciones construidas con los trabajadores callejeros participantes nos llevan a afirmar que la metodología cualitativa y el enfoque etnográfico, son sin duda, una metodología apropiada y pertinente para estudiar las tramas sociales y dinámicas de vida de sujetos excluidos socialmente, máxime cuando se trata de recuperar sus voces silenciadas.

De hecho significó un aprendizaje de vida el poder compartir con los trabajadores de la calle en sus territorios de trabajo. El dar la palabra a

los sujetos, implicó el reconocimiento real del otro y de lo otro. Al escuchar sus historias y comentarios nos fue posible captar la compleja simbología de sus discursos, y la observación permitió ir más allá de los testimonios orales para captar sus prácticas cotidianas en el espacio público.

También ha sido relevante estudiar las ventas callejeras desde la perspectiva de la salud colectiva, en tanto, como campo en construcción abre nuevas rutas para el estudio de los determinantes sociales de la salud y el proceso vital humano desde las formas como se construye ciudad a través de prácticas sociales subvertoras a lo impuesto por la formalidad, la norma, lo codificado. Se sabe que las ventas callejeras son un problema económico, pero con profundas relaciones con los niveles de la política y lo ideológico. En este sentido, se trató de integrar la lectura con todos los elementos representativos para el vendedor callejero.

De otro lado, el estudio mostró que alrededor de todo el centro de la ciudad se observan territorios marcados por las ventas callejeras, pequeñas apropiaciones del espacio público, lo cual implica que la comprensión del fenómeno requiere un abordaje abarcante y profundo de las redes y dinámicas que construyen las ventas callejeras a lo largo y ancho del centro de Medellín, una lectura focalizada del fenómeno impide hacer generalizaciones dadas las múltiples diferencias que caracterizan cada sector. Así mismo, aprehender las lógicas de sentido, prácticas y tramas que se construyen en los territorios de la venta en las calles, requiere contar con participantes que abarquen las diversas clases y tipologías de trabajadores y ventas, en tanto, las dinámicas

sociales en los espacios públicos se construyen entre la diversidad de sujetos que lo albergan.

Por tanto, la informalidad es un fenómeno que persiste y aumenta y al que no se le encuentran soluciones de corto plazo. Y, mientras no se den soluciones concretas y estructurales a este problema en Colombia, mientras no se trate como un problema de justicia social y de exclusión, ella seguirá creciendo en nuestras calles y generando conflictos frente al disfrute de otros derechos.

De otro lado, el Estado ha tenido la incapacidad histórica de construir un proyecto de ciudad incluyente, donde los diversos sectores y fuerzas sociales se encuentren, donde la forma y el contenido de la ciudad sea producto de acciones que integren al sujeto históricamente excluido, donde las disposiciones estatales consideren esas formas alternativas de construir ciudad y habitar el espacio público, donde se evite caer en la segregación de algún colectivo para abrirle paso a algún proyecto de ciudad instrumentalista, rentista y segregacionista.

¿Recupera el Estado el espacio público, o se le cede a otras fuerzas sociales?

La trayectoria y experiencia en este estudio mostró la forma como el control del espacio público se da a través de mafias que controlan las ventas callejeras y esto se demuestra por varios frentes. El primero es que un alto porcentaje de los productos que se encuentran en las calles son fruto del contrabando y la piratería, actividades que controlan grupos ilegales que operan normalmente como mafias; segundo,

muchos de estos productos están ligados a procesos de lavado de capitales y detrás de los lavados de capitales también hay mafias. Tercero, hay muchas zonas de la ciudad en donde el control del espacio público no lo hace la autoridad; quien cobra tributo no es la autoridad, sino quienes se declaran dueños de una esquina, de una cuadra y eso también es una actividad mafiosa.

La relación excluyente que se establece entre el Estado y los diversos proyectos de ciudad que construyen los sujetos en el espacio público, es lo que lleva a un enfrentamiento y diferenciación extrema entre la ciudad formal que proyecta el Estado y la ciudad descodificada que se levanta al margen de los controles y regulaciones estatales. Así, la calle se convierte en un espacio de resistencia social, en tanto, la cotidianidad del trabajador callejero está marcada por el trabajo en condiciones extremas, a la intemperie, en la disputa por un espacio, con la incertidumbre de un decomiso de mercancías, sin salarios ni días de descanso remunerado, situación que se aleja completamente de lo que constituye el trabajo formal, la normatividad en materia de trabajo y las regulaciones establecidas en los convenios con la Organización Internacional del Trabajo.

En la informalidad la invasión del espacio público toma forma de autoempleo, trabajo independiente o rebusque, donde el sujeto, en un supuesto ambiente de libertad y autonomía se encuentra sometido a condiciones de trabajo adversas, que se alejan de las condiciones mínimas conquistadas por el movimiento obrero como un contrato de trabajo, seguridad social y posibilidades de acceder a créditos y subsidios.

El vendedor callejero sabe que a menudo pasan días enteros sin realizar ninguna venta; que la lluvia conspira contra sus precarios ingresos; que cada vez que un comerciante formalizado habla contra ellos, la Policía les decomisa las mercancías que representan su pequeño capital, y que la solidaridad de sus compañeros es un patrimonio inmaterial determinante para los momentos adversos, y, al momento de territorializar espacios para ejercer la venta.

Es necesario continuar por la senda trazada por este estudio en la búsqueda del sentido de los diversos sujetos que construyen las dinámicas históricas de nuestras ciudades. Hay que aportar otras miradas y análisis que enriquezcan los debates sobre la construcción social de la ciudad, y en esa medida, quedan abiertas preguntas por el papel de dinámicas no institucionales, como grupos armados en las lógicas de protección y gestión de los espacios públicos, entre otras que pueden dar cuenta de neo - estrategias y dispositivos para la territorialización, control y negociación sobre el espacio público, también preguntas sobre las relaciones entre los vendedores callejeros y los agentes del control paramilitar, etc.

Es pertinente llamar la atención para continuar conceptualizando y estudiando las relaciones entre las llamadas economías "formal e informal" y los trabajadores "formales e informales", en tanto, este estudio se atrevió a argumentar y proponer una lectura de estos como hechos sociales inseparables, y en esa medida se propuso la acepción de trabajadores callejeros, en detrimento de la categoría abstracta de trabajadores informales. La economía es un hecho social que trasciende

las consideraciones jurídicas, lo formal o informal. Es un proceso de producción, distribución, cambio y consumo que se nos aparece como una totalidad.

Por último, el proceso nos enseñó que los estudios con colectivos humanos históricamente excluidos de actividades socialmente fundamentales como el trabajo, requieren la asunción de compromisos reales con la transformación social. Es necesario trascender objetivos meramente descriptivos o explicativos hacia trabajos que busquen la concientización y el cambio de sus circunstancias históricas. He allí la salud colectiva y su intención transformadora como campo de saber pertinente en estos procesos.

Esta investigación abrió un camino prolífico para pensar la salud colectiva. Las ventas callejeras y/o el trabajo en las calles no sólo tienen que ser un objeto de la economía o el derecho. Otros saberes que consideren la totalidad del proceso – salud – enfermedad humano tienen plena pertinencia, pues, quienes intervienen, se relacionan y trabajan en las calles son seres humanos que gestionan sus vidas desde algún lugar socio – histórico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Veleda Da Silva S. Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil [tesis doctoral]. Barcelona, Departament de Geografia, Facultat de Filosofia i Lletres, Universitat Autònoma de Barcelona; 2003. p. 11, 142.
2. García Canclini N. Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo; 1995. p. 13.
3. Código de Comercio. Decreto 410 de 1971. Diario Oficial, N° 33.339, (16 de junio de 1971).
4. La ciudad empresarial: ¿reinención de las localidades, rediseño de la governance económica o reestructuración del capital? En: Jessop B. Universidad Nacional de Colombia. Crisis del Estado de Bienestar: hacia una nueva teoría del Estado y sus consecuencias sociales. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia; 1999. p. 177-201.
5. Pérez Álvarez A. Maniobras de la sobrevivencia en la ciudad. Medellín: Ediciones Escuela Nacional Sindical; 2005. p. 41, 42, 38, 39, 15, 28, 40, 9, 16, 46.
6. Villa Martínez M. Medellín de aldea a metrópoli: una mirada al siglo XX desde el espacio urbano. En: González Escobar L, Saldarriaga Roa A, Moncada Cardona R. Historia de las ciudades e historia de

Medellín como ciudad. Medellín: Corporación Región y Proyecto Interinstitucional Conoce Tu Ciudad; 2007. p. 99-118.

7. Alcaldía de Medellín. Justificación del Proyecto "El Centro Vive". 2004-2007. Medellín: Alcaldía de Medellín.; 2005.
8. Nieto J. Contradicciones sociales y espacio público en Medellín. Cinco Lustros. 1996; (2):31-45.
9. Barbosa Cruz M. El trabajo en las calles: subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX. México, D.F.: El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos; Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa; 2008. p. 17.
10. Torres R. El comercio en la vía pública como forma de sobrevivencia. Sociológica. 1996; (32):159-169.
11. Portes A. En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada. México, FLACSO/Miguel Ángel Porrúa; 1995. p. 18.
12. Medina Muñoz L. Comercio callejero: sistema racional de distribución minorista. Universitas Humanística. 2005;(60):39-59.
13. El poder del otro comercio. Revista Dinero. 2004; (197).
14. Lefebvre H. The production of space. Oxford: Cambridge;

1991.

15. Arias Grajales RA. "¿De quién es la ciudad?" una lectura de las relaciones de poder en el centro de la ciudad de Medellín, desde la mirada de sus habitantes cotidianos. [Tesis de Pregrado]. Medellín: Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas; 2006.
16. Althusser L. La revolución teórica de Marx. México: Siglo XXI; 1967, p. 136.
17. Silva J, De Almeida Filho N. Citado por Granda E. VII Congreso Brasileño de Salud Colectiva. ¿A qué cosa llamamos salud colectiva, hoy? Brasilia. Congreso Brasileño de Salud Colectiva; 2003.
18. Franco S, Duarte E. Debates en Medicina social. Quito: OPS/ALAMES; 1991. p. 8,9.
19. Iriart C, Waitzkin H, Breilh J, et al. Medicina social latinoamericana: aportes y desafíos. Pan Am Public Health. 2002; 12 (2):131.
20. Breilh J. IV Congreso Brasileño de Epidemiología. La sociedad, el debate de la modernidad y la nueva epidemiología. Brasil; 1998.

21. Breilh J. Vigilancia clásica o monitoreo estratégico en salud. En: Centro de Estudios y Asesoría en Salud (CEAS). Nuevos conceptos y técnicas de investigación. 3ª ed. Quito: CEAS; 1997. P. 203-221.
22. Galeano Marín ME. Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Medellín: Editorial Universidad Eafit; 2004. p. 24, 18, 19, 25-28, 28,28, 28, 47, 49.
23. Pérez T. Enfoques metodológicos comprensivos. Santa Fe de Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana; 1999. p.9.
24. Galeano Marín ME. Vélez O. Investigación cualitativa: estados del arte. Informe de investigación. Medellín: CISH, Universidad de Antioquia; 2000.
25. Atkinson P. Hammerley M. Etnografía métodos de investigación. Barcelona: Paidós; 1994. p. 15, 30.
26. Boyle J. Estilos de etnografía. En: Morse J, editora. Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa. Medellín: Universidad de Antioquia; 2003. p. 185-214.
27. Taylor S. Bogdan R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación, la búsqueda de significados. Barcelona: Paidós; 1987. p. 70.

28. Yopo B. Elementos básicos para comprender la sistematización. Medellín: Centro Laubach de educación popular básica de adultos; 1991. p. 100.
29. Boyle JS. Estilos de etnografía. En: Morse JM. Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa. Medellín: Universidad de Antioquia, Facultad de Enfermería; 2003. p. 198.
30. Martínez M. Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. Maracay: Paradigma; 2006.
31. Resolución. 008430 por la cual se establecen las normas científico técnicas y administrativas para la investigación en salud, Bogotá: Ministerio de Salud, (4 de octubre de 1993).
32. Comisión Nacional para la Protección de Sujetos Humanos de Investigación Biomédica y de Comportamiento. Informe Belmont: principios éticos y directrices para la protección de sujetos humanos de investigación. Washington; 1976.
33. Lefebvre H. Reflections on the politics of space. Antipode; 1976. p.31.
34. García L. Antropología del territorio. España: Josefina Betancor; 1976. p.29.
35. Borja J. En: Borja J. La ciudad conquistada. Madrid: Alianza Editorial; 2005. p. 381.

36. Echeverría MC, Rincón A. En: Ciudad de territorialidades: polémicas de Medellín. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, CEHAP; 2000. p. 27, 145, 144.
37. Jaramillo J. La ciudad un gran espacio público: de la pobreza de espacios libres a la riqueza de las sociabilidades urbanas. Desde la Región. 2000; (32):31-42.
38. Vargas A. Notas sobre el Estado y las políticas públicas. Bogotá: Almudena; 1999. p. 57, 59-60.
39. Borja J, Castells M. Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información. 4ª ed. España: Taurus Pensamiento; 1999. p. 253-254.
40. Melucci A. Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales. Zona Abierta. 1994; (69): 153-180.
41. Revilla M. Ciudadanía y acción colectiva en América Latina. Tendencias recientes. Estudios Políticos. 2005; (27): 29-41.
42. Tarrow S. El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza Universidad; 1997.
43. Munera L. Rupturas y continuidades. Poder y movimiento popular en Colombia 1968 – 1988. Bogotá: CEREC – IEPRI; 1998. p.34.